

# MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES ESCUELA DIPLOMÁTICA

## DIPLOMACIA CULTURAL DE LA UNIÓN EUROPEA A TRAVÉS DE LOS INSTITUTOS CULTURALES EUROPEOS

Ana Galindo Sánchez

Madrid, octubre de 2009

## **AGRADECIMIENTOS**

A mis compañeros por su apoyo y perseverancia

## **Abstract**

El propósito de este trabajo se centra en atraer la atención a las cuestiones culturales de las estrategias de política exterior de los países miembros de la Unión Europea en la actualidad. La importancia de la cultura en los asuntos internacionales empieza a ser cada vez más notable si bien es cierto que ha estado tradicionalmente relegada a un segundo plano. La naturaleza cambiante del poder, hace que muchas potencias emergentes estén empezando a invertir mucho presupuesto en desarrollar una línea de diplomacia cultural para incrementar su influencia en el mundo. Para España una estrategia de política exterior basada en la diplomacia cultural resulta fundamental para mantener su influencia en el mundo y mejorarla ante un mundo globalizado donde emergen cada vez más actores. Estas razones y la necesidad de preservar un ambiente de paz, entendimiento y cooperación en un mundo globalizado, hacen que la diplomacia cultural deba ser considerada con el objetivo de mantener y mejorar la influencia de la Unión Europea en el mundo.

A tenor de lo dispuesto en la Ley de Propiedad Intelectual, no está permitida la reproducción total o parcial de esta publicación, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, por fotocopia, por registro u otros métodos, ni su préstamo, alquiler o cualquier otra forma de cesión de su uso, sin el permiso previo y por escrito del autor, salvo aquellas copias que se realicen para uso exclusivo del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.

# Índice

<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>II</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>III</b>
<b>Índice .....</b>	<b>IV</b>
<b>1 Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>2 Diplomacia cultural.....</b>	<b>6</b>
2.1 Concepto .....	6
2.2 El concepto de diplomacia pública .....	9
2.3 La imagen exterior de los Estados y la marca país .....	10
2.4 Las industrias culturales europeas .....	15
2.5 Institutos nacionales de cultura .....	16
<b>3 El concepto de una cultura europea .....</b>	<b>25</b>
3.1 Aproximación histórica.....	25
3.2 La cultura en los Tratados Europeos.....	28
3.3 La definición de una cultura europea.....	31
3.4 La identidad europea como base de una cultura común .....	33
<b>4 Hacia una diplomacia cultural europea — status quo y futuro.....</b>	<b>41</b>
4.1 Acción cultural por medio de los fondos de cooperación al desarrollo.....	41
4.2 La acción cultural exterior .....	43
4.3 La creación de EUNIC.....	48
4.4 La diplomacia cultural europea en la globalización .....	51
<b>5 Conclusiones .....</b>	<b>53</b>
<b>6 Anexos .....</b>	<b>63</b>
6.1 Identidad simbólica.....	63
6.2 Identidad espacial .....	66
6.3 Entrevista a D. Fernando Gómez Riesco, Subdirector General de Cooperación Cultural Internacional del Ministerio de Cultura.....	68
6.4 Miembros de EUNIC España .....	70
<b>Bibliografía.....</b>	<b>72</b>
<b>Bibliografía complementaria .....</b>	<b>75</b>

*«La cultura es el conjunto de sueños y esfuerzos que tienden a la total realización del Hombre. La cultura exige este pacto paradójico: hacer de la diversidad el principio de la unidad, celebrar las diferencias, no para dividir, sino para enriquecerla aún más. O Europa es una cultura o no es nada ».*

Denis de Rougemont<sup>1</sup>

*«La promoción internacional de la lengua y la cultura iberoamericanas es una acción estratégica del Gobierno, que favorece dinámicas creativas de la diplomacia cultural, al tiempo que activa el crecimiento de la diplomacia pública.»*

Miguel Ángel Moratinos<sup>2</sup>

## **1 Introducción**

Cuando el federalista Denis de Rougemont se refería a la cultura europea antes de poder ver con sus propios ojos la Europa de los veintisiete, defendía lo que hoy sigue vigente y es uno de los principios fundamentales de la Unión Europea, la diversidad, una diversidad que paradójicamente ha de construir una unidad sin perder su esencia de variedad.

Por otro lado, el actual Ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación de España señala la diplomacia cultural como una estrategia de la política exterior española y la relaciona directamente con los efectos que tiene sobre la diplomacia pública, poniendo de manifiesto la importancia que esta estrategia tiene para España.

La diplomacia cultural es un concepto relativamente nuevo en nuestros días. Consiste en una forma nueva de diplomacia encaminada a promover y dar a conocer los recursos y consecuciones culturales de un país en el exterior a la vez que se facilita un intercambio y un diálogo intercultural.

Se trata de un concepto diferente al de diplomacia convencional porque integra elementos de la diplomacia tradicional y la complementa a través de la cooperación

---

<sup>1</sup> EUROPEAN COMMISSION (2007), "Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The Economic and Social Committee and the Committee of the Regions", *Commission of the European Communities*, COM242, pp. 1–15.

<sup>2</sup> MIGUEL ÁNGEL MORATINOS (30 de septiembre de 2008), *Intervención del Ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación ante el Patronato del Instituto Cervantes*, Madrid

cultural<sup>3</sup>. Supone una herramienta nueva que va más allá de las estrategias de marketing o marca país, así como un avance para el entendimiento, la cooperación y el intercambio permitiendo una adaptación al mundo globalizado en el que nos encontramos y en el que las realidades cambian a una velocidad atroz, además de incrementar la influencia de los países que utilizan este tipo de diplomacia, estimula la creación de una sociedad civil global.

En los últimos años hemos visto que países como China están empezando a adquirir políticas y acciones de diplomacia cultural para aumentar su influencia en el mundo, lo que demuestra que la relevancia de esta forma de diplomacia va en aumento.

El objetivo de este trabajo es principalmente el de valorar y tomar en cuenta un concepto tan importante en nuestros días como es la diplomacia cultural, tomando en consideración el carácter globalizado e interdependiente en el que nos encontramos donde la diplomacia ha evolucionado a formas menos duras de llevar a cabo el poder y en el que las décadas de paz que imperan en Europa gracias, en gran parte, a la creación de organismos internacionales como las Naciones Unidas pero también a la Unión Europea. En el tiempo de paz de una Europa globalizada, la diplomacia cultural ofrece una manera de abrirse al mundo y crear una imagen pacífica de Europa.

En España esta herramienta ya lleva en proceso algún tiempo y supone una parte importante de su política exterior demostrando un interés por el acercamiento a culturas de terceros países con iniciativas como la Alianza de las Civilizaciones o su gran implicación en el Proceso de Barcelona, proyectos que tienen por objetivo el entendimiento y la cooperación a distintos niveles y entre culturas diferentes y variadas.

La importancia de la diplomacia cultural para España es fundamental para adaptarse a un mundo globalizado, en primer lugar para afianzarse y mejorar su influencia en los lugares donde goza de una buena imagen y en segundo lugar, para abrirse a nuevos retos en regiones geoestratégicas donde es poco conocida y apenas tiene influencia, salvo algunas excepciones, este es el caso de Asia, que además está en pleno proceso de emergencia económica

---

<sup>3</sup> Cf. MAEC (2008) *Instrumentos para una Diplomacia Pública Española*. V Conferencia de Embajadores. Diplomacia Pública y Política Exterior, Madrid 8-12 septiembre de 2008.

Al comienzo del trabajo, se analizará de una forma más profunda el concepto de diplomacia cultural desde una perspectiva histórica y desde un punto de vista nacional basado en ejemplos de otros grandes países como Estados Unidos que han sido pioneros en la utilización de esta forma de la diplomacia. Un ejemplo puede ser el concepto del *american way of life*, a través del cual se comprobará como las iniciativas de diplomacia cultural han contribuido a exportar una imagen positiva del país, de sus valores y de su forma de vida, contribuyendo a que Estados Unidos fuera considerado un lugar deseado para vivir en el ámbito internacional, consecuentemente la imagen positiva contribuyó a las exportaciones de sus productos en muchos y diversos sectores de forma muy positiva. Para llegar a un entendimiento más profundo del concepto es necesario e inevitable hablar de las industrias culturales nacionales en los estados miembros de la Unión Europea, de la imagen de los países en el exterior, en cuestiones como la marca país, y la importancia que el concepto tiene para el desarrollo económico en el ámbito, sobre todo, de las exportaciones y de la relación de la diplomacia cultural con el poder blando o *soft power*.

Además se atenderá especialmente al papel de los institutos nacionales de cultura de distintos países de la Unión Europea analizando de una forma más exhaustiva su función su historia y su importancia para el desarrollo de una diplomacia cultural nacional. La contribución que los institutos culturales nacionales europeos hacen a crear una imagen del país del cual son estandarte y difundirla y será analizada de una manera más específica, teniendo en cuenta su importancia

El desarrollo de una diplomacia cultural a nivel nacional podría verse muy enriquecido si se potenciara apoyarlo desde la Unión Europea para complementar las diferentes iniciativas de diplomacia cultural de los estados miembros lo que contribuiría a crear una imagen exterior de la Unión Europea más fuerte y con más influencia en el ámbito internacional y los propios estados miembros experimentarían una mejora en sus relaciones culturales con el mundo.

No obstante, el desarrollo de una diplomacia cultural a nivel de la Unión Europea todavía se encuentra en una fase de comienzo y únicamente consiste en algunas acciones culturales sueltas que se analizarán más adelante en el cuerpo del trabajo.

Previamente, sin embargo, cabe destacar algunos retos y dificultades que afectan a la creación de una estrategia de diplomacia cultural a nivel europeo. Mientras el concepto

de la cultura a nivel nacional está ampliamente definido, sabemos que Cervantes fue español, que Dante fue italiano y Goethe alemán, definir una cultura común europea resulta harto más difícil teniendo en cuenta que la cultura y la historia europeas se interpretan de forma distinta dependiendo del punto de vista nacional.

Como base para investigar la posibilidad de definir una cultura común europea, será necesario en primer lugar, definir el concepto de cultura. Esto se realizará desde una perspectiva histórica y sociológica presentando puntos de vista de diferentes pensadores europeos desde que al concepto de cultura le fuera atribuido el significado que le damos hoy en día.

Para entender la presencia de la cultura dentro de la Unión Europea, será fundamental profundizar en su presencia dentro los tratados de la Unión, donde no ha sido considerada de una forma más amplia hasta hace poco tiempo, cuando empezó a verse una creciente diversidad de culturas y lenguas como miembros de la Unión.

Una vez definido el concepto de cultura, se analizará la posibilidad de definir una identidad cultural europea común entre todos los estados miembros de la Unión Europea. Para ello, se tendrán que tomar en consideración las dificultades por las que atraviesa el proyecto de integración de la Unión Europea y el hecho de que las diferentes ampliaciones de la UE supongan que el número de diferentes culturas y lenguas de la Unión sea cada vez más elevado y que su geografía sea más amplia, haciendo de su espacio un lugar en el que resulta difícil que los ciudadanos de los diferentes Estados Miembros se sientan identificados con ciudadanos de otros países más lejanos geográfica y culturalmente.

Después de reflexionar sobre las cuestiones más teóricas del tema que ocupa el trabajo, se procederá a investigar en las iniciativas y políticas existentes actualmente en el ámbito de la Unión relacionadas con la cultura y a tratar los proyectos futuros que se han planteado en los últimos años en las reflexiones de la Comisión Europea y que han motivado la creación de un plan de acción a nivel cultural con unos objetivos determinados y un camino con determinados pasos a recorrer.

Por último, y tras haber analizado todos los factores relevantes para el desarrollo de una diplomacia cultural a nivel europeo, se tratará de situar el lugar y la necesidad de esta



herramienta dentro de un mundo altamente globalizado, donde los actores principales no están claramente definidos.

En último lugar, se desarrollarán las conclusiones con respecto a la necesidad de una política cultural más fuerte por parte de la Unión Europea, sin dejar de contemplar que las mismas ventajas de vivir en un mundo globalizado que nos acerca cada vez más, no sólo a los ciudadanos de otros países miembros, también a los de todo el mundo, hace que la diversidad cultural se vea amenazada, o al menos que muchas regiones del mundo vean su identidad cultural amenazada por la globalización.

## 2 Diplomacia cultural

### 2.1 Concepto

Encontrar una definición definitiva de lo que es o de lo que significa la diplomacia cultural es una ardua tarea, una misión casi imposible. La amplia producción de terminología en el ámbito de las relaciones internacionales, hace que la concepción angloamericana de determinadas palabras, tenga otras denominaciones en suelo europeo, y que por esta razón, sea difícil llegar a un consenso a la hora de explicar y traducir estas realidades a otras culturas. Desde un punto de vista europeo, la diplomacia cultural es un aspecto que se encuentra normalmente dentro del concepto de «diplomacia pública». Así pues no se podrá intentar definir la diplomacia cultural sin hacer referencia al concepto de diplomacia pública, que se explicará más adelante. Sin embargo, teniendo en cuenta la importancia que dicho instrumento tuvo para las dos grandes potencias durante la Guerra Fría, la diplomacia cultural es un concepto que sí fue definido en los Estados Unidos hace medio siglo.

Se trata de un concepto difuso y en un limbo entre lo que unos interpretan claramente como propaganda y otros como un instrumento no político de los estados<sup>4</sup>. Sin embargo, desde la Guerra Fría, la diplomacia cultural se ha convertido en un instrumento de interacción o de intercambio entre un país y el exterior.

Tras 1945, tanto la Unión Soviética como Estados Unidos utilizaron la diplomacia cultural para promocionar sus estados y sus formas de vida, sus productos, se abrieron hacia el mundo exterior para promocionar sus países, sus identidades, sus valores a través de múltiples medios, desde la propaganda hasta la difusión de sus formas de arte: escritores, músicos, pintores, artistas. Tras el Telón de Acero, el suelo de la antigua Alemania Occidental se convertía en el campo de batalla de la diplomacia cultural de uno y otro lado debido a su posición clave por la separación de la RDA (República Democrática Alemana).<sup>5</sup>

No es de extrañar por tanto, que en la década de los años cincuenta del siglo pasado tuvieran lugar la mayoría de las iniciativas de intercambio cultural en educación de los

---

<sup>4</sup> GIENOW-HECHT, J.C. (sin publicar), *What Are We Searching For? Culture, Diplomacy, Agents and the State*, Berlin, Institute for Cultural Diplomacy pp. 7-9.

<sup>5</sup> GIENOW-HECHT, J.C.; DONFRIED, M. (sin publicar), *The Model of Cultural Diplomacy: power, Distance and the Promise of Civil Society*, Berlin, Institute for Cultural Diplomacy pp. 4-5.

Estados Unidos que conocemos hoy en día, un ejemplo de gran renombre son las becas de la fundación Fulbright, un instrumento de diplomacia cultural estadounidense que hoy día opera en todo el mundo y que supone un gran prestigio para quienes obtienen la posibilidad de estudiar en los Estados Unidos con una beca de esta fundación.

Es en esta misma época cuando los Estados Unidos, intentan dar una definición de diplomacia cultural, un concepto borroso, como ya se ha comentado, que en muchas ocasiones se intercambia con el de «diplomacia pública», «diálogo intercultural», «intercambio cultural» o incluso «propaganda»<sup>6</sup>.

Así pues, la definición de diplomacia cultural que daba el Departamento de Estado de los Estados Unidos en el año 1959 era la siguiente: «*the direct and enduring contact between peoples of different nations designed to help create a better climate of international trust and understanding in which official relations can operate*»<sup>7</sup> (el contacto directo y duradero entre los pueblos de las distintas naciones diseñado para ayudar a crear un clima más propicio para la confianza y el entendimiento internacional en el que puedan operar las relaciones oficiales)<sup>8</sup>.

Pero el origen de la diplomacia cultural quizás no se encuentre en estas palabras. Francia, por ejemplo, fue uno de los países que fundó primero un instituto nacional de cultura que perdura hoy en día a principios del siglo XIX, la Alliance Française.

La diplomacia cultural también se identifica con lo que llamamos imagen exterior de los estados o incluso marca país. La promoción de la cultura y la de la lengua es quizás un hecho más antiguo de lo que imaginamos y el concepto que manejamos hoy en día va un poco más allá, ya en el siglo XVI los Jesuitas viajaban a tierras lejanas como China a las que exportaban corrientes y palabras francesas que permanecieron en la lengua.

Es evidente que el objetivo último de dicho instrumento es favorecer y mejorar la imagen del país pero a través del intercambio y el entendimiento cultural, a través de la diversidad, factor clave para diferenciar la diplomacia cultural de la imposición de una cultura en épocas coloniales y producto también de un mundo globalizado y caracterizado por la interdependencia de los estados, lo que obliga, a diferencia de épocas históricas anteriores, a mantener una convivencia pacífica donde el principal

---

<sup>6</sup> Ibid p. 1.

<sup>7</sup> VV.AA (1959), "Cultural Diplomacy", *International Educational Exchange Service, Bureau of International Cultural Relations, U.S Department of State* p. 3.

<sup>8</sup> Traducción propia

objetivo es el bienestar de las personas y el respeto por los derechos humanos y donde existe una opinión pública que influye claramente en las decisiones políticas de nuestros días.

Actualmente, el auge y la importancia del instrumento se va haciendo cada vez más visible, la misma Unión Europea, crea iniciativas que fomentan este intercambio cultural, como por ejemplo el año europeo del diálogo intercultural o el programa Erasmus, bien conocido dentro de la comunidad universitaria europea.

En España, por ejemplo, la creación del Instituto Cervantes con apenas 20 años de existencia ha supuesto un impulso para mejorar la imagen en el exterior y promover la lengua y culturas hispanoamericanas. En palabras del Ministro de Asuntos Exteriores de España, D. Miguel Ángel Moratinos: « La diplomacia cultural es un hecho que se debate actualmente en los foros internacionales. Y su acción se orienta a la ciudadanía, que conforma corrientes globales de opinión pública y publicada. El diálogo y la concertación con los ámbitos gubernamentales e institucionales no son suficientes a día de hoy. La promoción internacional de la lengua y la cultura iberoamericanas es una acción estratégica del Gobierno, que favorece dinámicas creativas de la diplomacia cultural, al tiempo que activa el crecimiento de la diplomacia pública»<sup>9</sup>

La diplomacia cultural apunta por tanto, no solo a la promoción de los países y sus culturas y al intercambio educativo y cultural, sino también a la opinión pública y a los ciudadanos, con un interés evidente en promover una imagen positiva de los distintos países. La importancia de este instrumento se manifiesta en muy diversos niveles, desde el entendimiento y la promoción de la paz y la diversidad cultural en un mundo globalizado hasta en la economía. En el último punto entra en juego el índice de marca país que tiene gran relevancia para las exportaciones de un estado. Si tomamos como ejemplo un país como Alemania, cuyo PIB proviene en gran medida de las exportaciones, la marca país y la imagen de Alemania en el exterior son aspectos cruciales de su éxito y su desarrollo.

Así pues la diplomacia cultural no se limita simplemente a un papel de promoción cultural si no que tiene efectos sobre los aspectos más básicos del desarrollo económico

---

<sup>9</sup> MIGUEL ÁNGEL MORATINOS (30 de septiembre de 2008), *Intervención del Ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación ante el Patronato del Instituto Cervantes*, Madrid.

de un país, de ahí el protagonismo que está tomando en los últimos años y la importancia que los gobiernos actuales le están dando, y no solo en el mundo occidental si no también en el oriental, ya se empieza a hablar de la diplomacia cultural de China<sup>10</sup> y de la tradicional importancia de la diplomacia cultural japonesa.<sup>11</sup> El surgimiento de diplomacias culturales en países emergentes y en oriente, deben dar pie a reflexionar sobre la importancia de desarrollar una diplomacia cultural en la Unión Europea y poder competir así en la escena internacional con las nuevas potencias emergentes en todos los niveles, lo que incluye el nivel cultural. Para España, que exista una diplomacia cultural europea puede ser beneficioso para darse a conocer en zonas del mundo donde es aún muy desconocida, como por ejemplo en la región Asia-Pacífico.

Sin embargo no se puede hablar de diplomacia cultural sin hablar de diplomacia pública, por esta razón se tratará la cuestión de la diplomacia pública a continuación.

## **2.2 El concepto de diplomacia pública**

Durante las últimas décadas, la democratización de las sociedades, la revolución tecnológica y muchos otros factores que han desembocado en crear una sociedad del conocimiento han provocado que la diplomacia actual esté renovándose y usando nuevas técnicas que cuentan con el factor de la opinión pública. Es decir, la diplomacia se ha vuelto más abierta y menos secreta<sup>12</sup>.

El significado de este conjunto de hechos es que la diplomacia pública se compone de todas las políticas de comunicación dirigidas al exterior con el objetivo principal de influir positivamente en la opinión pública sobre un país determinado<sup>13</sup>. Así pues podemos concluir que la diplomacia cultural se encuentra claramente dentro de la diplomacia pública, si bien es cierto que es complicado definir los límites de la diplomacia cultural en la diplomacia pública, y que dichos límites no siempre son claros, puesto que la cultura está representada y pertenece a muchas facetas de la vida de las personas.

---

<sup>10</sup> OTERO ROTH, J., "La nueva diplomacia cultural China", *Instituto Real Elcano*, 103/2007, 2007 p. 1.

<sup>11</sup> GIENOW-HECHT, J.C.; DONFRIED, M. (im Druck), Op. cit p. 10.

<sup>12</sup> MOLINA RABADÁN, D.; IGLESIAS ONOFRIO, M., "Noopolitik, Diplomacia Pública y Soft Power en la Sociedad Informacional", *Centro Argentino de Estudios Internacionales*, n° 22 p. 12.

<sup>13</sup> Ibid p. 13.

La diplomacia pública está además ampliamente relacionada con el concepto de *soft power* o poder blando acuñado por Joseph Nye<sup>14</sup>, ya que ambos están basados en la opinión pública y lo que ha motivado ese nacimiento de una opinión pública es la sociedad de la información. En los siglos anteriores, solo algunos miembros de las pequeñas élites de los países controlaban y tomaban las decisiones que no debían estar necesariamente legitimadas por la población. Sin embargo, el acceso a la educación y a la información, en gran parte por la democratización han hecho que una opinión pública favorable sea indispensable para la supervivencia de los políticos y la interdependencia de los países sea una de las razones principales para promover una imagen positiva hacia el exterior orientada a esa opinión pública y a través de los medios de comunicación, entre otros.

### **2.3 La imagen exterior de los Estados y la marca país**

Como ya se ha comentado, la imagen exterior de los estados viene siendo hoy en día uno de los aspectos más importantes en el ámbito de la política exterior de los distintos países del mundo, si bien es cierto que se trata mayoritariamente de una concepción occidental y podría decirse que nace como producto del desarrollo.

Los países de la Unión Europea y Estados Unidos han entrado en el juego de la diplomacia pública, China en su emergente desarrollo ha diseñado también su propia diplomacia pública y cultural y cada vez más países asiáticos se suben al barco de esta forma de diplomacia, algunos más influenciados por sus gobiernos como es el caso de China y otros algo menos, si bien es cierto que en los países europeos las agencias encargadas de promover iniciativas de diplomacia cultural y en la mayoría de los casos no son del todo independientes del Estado. La pequeña ciudad-estado de Singapur, es un caso excepcional de la diplomacia cultural, con una gran infraestructura de promoción de la imagen y los valores del país, ha pasado no solo a ser uno de los centros económicos mundiales (en esto también hay que tener en cuenta su situación geográfica) si no también una atracción turística de gran importancia en Asia, gracias a

---

<sup>14</sup> Cf. NYE, J. (2004) *Soft Power: The means to success in world politics*, 1ª edición, Nueva York, Public Affairs.

una diplomacia pública exitosa a la que han colaborado empresas privadas entre las que se podrían destacar las líneas aéreas Singapore Airlines<sup>15</sup>.

Volviendo a Europa, la situación es un tanto diferente. La sangrienta historia de Europa, hizo tras la II Guerra Mundial que la imagen de Alemania se viera perjudicada durante las siguientes décadas llegando a nuestros días. Los esfuerzos de Alemania Occidental por cambiar la imagen asociada al nacionalsocialismo han sido múltiples y han motivado la creación de diferentes agencias. El Goethe Institut, a pesar de ser anterior a esta época ha pasado a ser el embajador de la cultura alemana en todo el mundo. La creación de una cadena de televisión como la Deutsche Welle o una agencia para promocionar los estudios en Alemania como el DAAD también han dado sus frutos para ir mejorando poco a poco la imagen de Alemania. La inversión de Alemania en la diplomacia cultural y la difusión de su imagen es una de las más altas de Europa<sup>16</sup>

Sin embargo, si nos centramos en el caso de España, un país que no se ha visto involucrado en conflictos durante las últimas décadas con sus vecinos europeos debido a que no participó en las dos guerras mundiales, la imagen exterior de España es todavía la de un país no avanzado aunque fiable para ser un país latino, muy buena en cuanto a cultura y los progresos que ha ido haciendo desde la dictadura, aunque aún inevitable a los tópicos, es decir, si existe una imagen de España, puesto que en algunos países ni siquiera hay creada una imagen de nuestro país<sup>17</sup>. Además, dentro de la cuestión de la marca país, la valoración de los productos españoles es aún muy baja en comparación a la realidad.

Por todas estas razones, los distintos gobiernos españoles han diseñado planes de acción para la promoción de la imagen de España en el exterior, en un principio basada en ayudar a las empresas españolas y como medio de promocionar la mayor industria del país, el turismo.

Sin embargo en un mundo cada vez más globalizado, donde la distribución del poder no está totalmente definida, la Unión Europea como actor global se erige como una de las posibilidades de incrementar su participación en el mundo para los países que la conforman y es en este punto cuando empezamos a preguntarnos si existe una imagen exterior de la Unión Europea. La potenciación de una imagen de la Unión Europea como

---

<sup>15</sup> TRAVEL DAILY NEWS (17-09-2006) Singapore: "An Asian Tourism hub"

<sup>16</sup> GIENOW-HECHT, J.C.; DONFRIED, M. (sin publicar), Op. cit pp. 10-12.

<sup>17</sup> NOYA, J. (2002), *La imagen de España en el exterior*, Madrid, Instituto Real Elcano pp. 7-10.

un ente puede tener efectos muy positivos a nivel mundial y a la hora de presentarse en el mundo como un actor global conformado de pequeños actores con intereses comunes. La promoción de una imagen positiva de la Unión Europea también tendrá repercusiones positivas sobre los Estados Miembros que las recibirán directa o indirectamente sólo por el hecho de formar parte de la unión.

Las iniciativas de diplomacia cultural y pública de la Unión Europea se han basado principalmente en proyectos a desarrollar dentro de la propia Unión, es decir sin apenas proyección exterior y con el objetivo de favorecer la integración y una imagen positiva de la Unión Europea dentro de la misma. Ejemplos de dichas iniciativas son el programa Erasmus, quizás uno de los más satisfactorios, la implantación del día de la Unión Europea, el canal Euronews o diversas iniciativas que promueven el diálogo intercultural. La cuestión de una política exterior común que es muy controvertida, sobre todo por el creciente número de euroescepticismo<sup>18</sup>, afecta también a la promoción de la imagen de la Unión.

De cualquier forma, para poder promover una imagen común es necesario que los ciudadanos de la Unión Europea se sientan como tales, que tengan una mínima percepción de que la UE forma parte de su identidad, una cuestión que se tratará más adelante, y que ellos mismos tengan una imagen clara de la Unión Europea como la tienen de sus propios países. Por tanto, la promoción de una imagen bajo unas directrices comunes hacia el exterior supone hoy día un desafío que todavía hay que afrontar dentro de la Unión.

Además, las sucesivas ampliaciones de estados miembros hacen que la naturaleza de la Unión sea cada vez más diversa y más extensa, incorporando nuevos miembros que han de pasar por un proceso similar al del los antiguos miembros para sentirse integrados dentro de la propia Unión, este factor hace más complicado que haya una rápida evolución en el sentimiento de integración y que por tanto se necesite más tiempo para poder hablar de un proyecto común de imagen de la Unión Europea en el exterior, un proyecto de una Europa unida en la diversidad.

De cualquier manera, en una encuesta publicada hace un año por la BBC sobre los efectos positivos de diferentes países para el mundo, la imagen de la Unión Europea se

---

<sup>18</sup> HOOGHE, L.; NELSON, M. (2006) "Party Competition and European Integration in East and West: Different Structure, Same Causality". *Comparative Political Studies* nº 2, pp. 155-175.



situaba entre la tercera mejor entre un grupo de países, sólo por debajo de Japón y de Alemania y por encima de los Estados Unidos<sup>19</sup> en cuanto a una pregunta genérica basada en la influencia de los distintos países para el mundo y si esta era positiva o negativa. La imagen positiva que deja la Unión Europea es apreciable en todas las regiones del mundo, salvo excepciones como el Líbano, y dentro de la propia Unión, donde obtiene unos valores muy altos, la media mundial se encuentra en un 52% de ciudadanos del mundo que consideran que la Unión Europea tiene una influencia positiva.

Las encuestas de imagen exterior de los países se llevan a cabo frecuentemente con el objetivo de medir la opinión pública y los efectos que sobre ella tienen las decisiones políticas de los estados o a influencia positiva o negativa que tienen unos estados en otros. Esto se ve reflejado directamente en las relaciones bilaterales y multilaterales en el ámbito internacional.

La cuestión de la marca país está directamente relacionada con la imagen de los estados en el exterior, aunque desde un punto de vista más económico, la combinación de ambos índices es lo que repercutirá en que los intereses económicos y no económicos de los estados se vean más o menos favorecidos.

Este último índice muestra la confianza que los consumidores de otros países tienen sobre los productos de otros países. A este respecto, cada año diferentes agencias publican encuestas denominadas *Country Brand Index*<sup>20</sup> donde se establece un ranking de los diez países mejor considerados en el ámbito comercial y de los negocios, en cuyos productos confían más los consumidores. En la última encuesta publicada, cuatro países de la Unión Europea se encontraban entre los diez primeros aunque ninguno de ellos estaba entre los tres primeros puestos ocupados por Australia, Canadá y Estados Unidos.

Si se desglosa el estudio por productos ofrecidos por el país y en el país, las estadísticas cambian un poco, por ejemplo podemos encontrarnos a España en el puesto número dos y sólo por detrás de Holanda en cuanto a facilidad para viajar dentro del país, en el número tres en cuanto a vida nocturna y en el número siete en cuanto a la calidad de los

---

<sup>19</sup> BBC (2008), "Global Views of USA Improve", *BBC World Service Poll* pp. 17.

<sup>20</sup> FUTURE BRAND (2008), *Country Brand Index 2008*

restaurantes<sup>21</sup>. Pero no encontraremos a España entre ninguno de los diez primeros puestos en cuanto a la calidad de sus productos o un buen lugar para hacer negocios fácilmente, entre otros muchos índices diferentes.

La marca país es un pilar fundamental para el éxito y desarrollo económico de un país que viene muchas veces influenciada por la percepción, en ocasiones anticuada que se tiene de los distintos países. Es claramente el caso de España, cuyos productos poseen una calidad mejor de lo que es percibido<sup>22</sup>, y su tarea principal de diplomacia pública y cultural viene a ser la de mejorar la estrategia para que la imagen de los productos españoles sea percibida de una manera más justa.

Es difícil aventurarse en que en un futuro pueda haber una marca de la Unión Europea y que esa marca sea considerada como una en las estadísticas de marca país, por la misma diversidad existente dentro de la Unión, el origen si se da, tendría que venir de una política exterior común, que hoy por hoy es inexistente, cuestionada y controvertida y que implicaría políticas tan desagradables para algunos estados miembros como un sistema fiscal común, y los problemas regionales que de esto se derivaría.

La existencia de una imagen de marca de la Unión Europea podría tener efectos positivos para unos países que ganarían por el prestigio que vienen ganando otros países desde hace muchos años, España por ejemplo podría verse beneficiada de una iniciativa como esta. Sin embargo, para otros países como Alemania, el Reino Unido o Francia podría ser perjudicial porque verían caer su prestigio, ya que el resto de países de su alrededor no consiguen estar cerca de sus puestos en los rankings de marca país.

La relación de la imagen de marca con la diplomacia cultural es muy estrecha, ya que contribuye a crear una imagen del país a través de la cultura transmitiendo valores que caracterizan la forma de trabajar de los países, lo que a su vez ayuda a establecer un grado de confianza determinada en los productos etiquetados con, por ejemplo, *Made in Spain*.

---

<sup>21</sup> FUTURE BRAND (2008), *Country Brand Index 2008*

<sup>22</sup> NOYA, J. (2002), Op. cit p. 9.

## 2.4 Las industrias culturales europeas

Las industrias culturales de son uno de los factores que más influye en la diplomacia cultural puesto que reflejan los valores, tradiciones y estilos de vida de los diferentes países y pueden ser utilizados como una forma muy efectiva de llegar a diferentes públicos de diferentes clases, edades y procedencias sociales para difundir una imagen del país al que abanderan y hacer conocido su forma de arte y su cultura.

En España es bien sabido que más del 15% del Producto Interior Bruto<sup>23</sup> pertenece a las industrias culturales, sobre todo en el ámbito de la literatura y del cine. Las industrias culturales son hoy por hoy casi la única forma de lucro que no ha entrado dentro de los acuerdos del GATT y de la OMC y que goza de un gran proteccionismo por parte de los estados, sobre todo de los Europeos, al contrario de lo que defienden las industrias cinematográficas estadounidenses quienes poseen prácticamente un monopolio, y en el caso de que esta industria se liberalizara en Europa, caería totalmente en picado por la inversión financiera que supone.

El ejemplo clásico de proteccionismo en el ámbito de la cultura es el de Francia con su industria cinematográfica, donde invierte mucho dinero y potencia al consumidor para ir al cine, ajustando los precios y con bonos muy económicos. Al contrario de lo que pasa en otros países como España, que aunque dicha industria reciba subvenciones del Estado, los precios del cine están igualados y en subida y con el auge de las nuevas tecnologías, la piratería en el ámbito del arte audiovisual cada vez más frecuente.

Las medidas contra la piratería se dan en muchos países europeos, pero aun así no parecen suficientes las ofertas y sanciones que prevén los gobiernos para evitar su práctica y la población no está concienciada de los perjuicios que provoca para la supervivencia de determinados sectores de la cultura.

El ámbito de la literatura y la traducción es también muy importante en cuanto a las industrias culturales, potenciar la traducción de libros de autores nacionales a otros idiomas puesto que da a conocer más sobre el país y su forma de ser y escribir. En el caso contrario, que se fomente la traducción de libros extranjeros al español es también un paso adelante para la lengua y su importancia, ya que esto refleja, no solo el interés

---

<sup>23</sup> GARCÍA DELGADO, J.L. (2008) "Sobre el valor económico del español" *Anales de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas*, nº 85 pp. 601-610

de los lectores de una lengua en leer otras culturas, si no la importancia de esa lengua como vehículo para llegar al máximo número de personas diferentes.

En Europa, todas las formas de arte están protegidas, también las artes plásticas y el patrimonio, para que permita llegar a un máximo de personas que puedan comprobar, leer, ver, oír y disfrutar la cultura de determinados lugares sin tener que estar necesariamente en ellos.

Así pues, la diplomacia cultural debería ser una combinación de la cultura europea proyectada al exterior, de la promoción de la industria cultural y de la consecución de una imagen positiva de la Unión Europea a exportar fuera de sus fronteras. Y dicha diplomacia es necesaria a nivel europeo, sin dejar de lado las políticas nacionales para que todos los países europeos cuenten con un apoyo más fuerte de la promoción de sus culturas. Para España podría ser muy positivo en términos de imagen en el exterior y para la promoción de sus culturas en áreas del mundo donde no existe una imagen clara de España por su lejanía, como es el caso de Asia, y por el poco interés que durante mucho tiempo se ha manifestado por esta región. La diferencia se hace, hoy día, en el auge del continente asiático por el que empieza a interesarse España. Un ejemplo de por qué sería beneficiosa una política cultural europea podría ser el caso del Instituto Cervantes de China, que tras haberse construido uno de los más grandes, su éxito no ha sido como se había esperado.

Los institutos culturales, de los que se hablará a continuación tienen un papel fundamental en la difusión de todos los tipos de arte, ya que son los embajadores culturales de estas industrias y los que promueven su internacionalización fuera de las fronteras de Europa y dentro de ellas acercando culturas y fomentando el intercambio.

## **2.5 Institutos nacionales de cultura**

La acción de los institutos nacionales de cultura podría incluirse quizás en la acción cultural exterior a terceros, pero en tanto que estos institutos no son creación propia de la Unión y además pertenecen a distintos países, se incluyen en las políticas culturales nacionales. Así pues existen algunas dificultades para coordinar estos institutos puesto que no es una acción entre iguales ya que algunos institutos tienen mucha antigüedad, experiencia y cuentan con un gran presupuesto y representan a países con lenguas

mayoritarias y otros son más jóvenes, cuentan con menos presupuestos y representan a países más pequeños con lenguas minoritarias. Se trata también de un ámbito de acción más restringido porque suele ser más viable la instauración de los institutos en países del primer mundo y su actividad, al ser lucrativa, solo se dirige a un ámbito de la población de clase media-alta.

Además, solo países del primer mundo pueden permitirse la creación de institutos de este tipo y la cooperación entre los institutos nacionales de cultura europeos y los de terceros países se limita a la cooperación transatlántica y a Japón<sup>24</sup>.

A pesar de todas las contrariedades, los institutos nacionales de cultura son una de las herramientas más antiguas de la diplomacia cultural, ideados para la promoción de la lengua y culturas del país al que representan y que más ha persistido en la historia. Tanto se ha visto su importancia a lo largo del último siglo que son mucho los países que empiezan a fundar y crear instituciones de este tipo. Sin ir más lejos, el Instituto Cervantes con poco más de 18 años es uno de los más jóvenes teniendo en cuenta la antigüedad de instituciones como l'Alliance Française, el Institut Français<sup>25</sup> el Goethe Institut o el British Council, los centros más grandes de Europa, aunque también cabe destacar el Instituto Japonés de Cultura .

En este apartado, pues, se pasará a analizar algunos de los institutos europeos más importantes, pero sin desatender a aquellos de países más pequeños de la Unión como el Instituto Finlandés de Cultura o el Instituto Checo de cultura y por su puesto a analizar un poco más en profundidad el caso del Instituto Cervantes para tener una visión más amplia de las actividades que desempeñan y su función en las políticas culturales.

Si se hace un análisis desde un punto de vista cronológico, el primer instituto cultural europeo en abrir fue la Alliance Française en el año 1883 con el objetivo de promover y propagar la lengua y cultura francesas en las antiguas colonias francesas.

Su creación se llevó a cabo por Paul Cambon y obtuvo el apoyo de personalidades tan conocidas como Louis Pasteur o Julio Verne. La derrota francesa de 1871<sup>26</sup> motivó su

---

<sup>24</sup> Entrevista realizada por la autora (véase anexo III).

<sup>25</sup> El Institut Français es una institución de la misma naturaleza que l'Alliance Française y que pertenece totalmente al gobierno francés, por su relevancia y relación con los demás institutos culturales en el Premio Príncipe de Asturias, en este trabajo se analizará el caso de l'Alliance Française.

<sup>26</sup> En enero del año 1871 tuvo lugar la derrota de Francia en la guerra Franco-Prusiana, declarada en el año anterior

creación para reforzar la proyección de la cultura francesa en el exterior, centrándose fundamentalmente en la filosofía y las ideas del llamado Siglo de las Luces en un imperio colonial que sólo acababa de comenzar. Además la Alliance Française se establecía como una institución apolítica y laica si bien es cierto que su primer consejo director estuvo compuesto fue un cardenal católico un pastor protestante y un rabino judío<sup>27</sup>. Se cree que el nombre de esta institución estaba inspirado en la Alianza Israelita Universal (en hebreo, מִירְבַּח לְאִרְשֵׁי לֵךְ) que fue creada veinte años antes que la Alliance Française<sup>28</sup>.

Actualmente, la Alliance Française cuenta con más de 170 centros establecidos en 136 países distintos, en 2007 las matrículas de alumnos interesados en estudiar francés en este centro ascendían a 460.000<sup>29</sup>.

La siguiente institución creada en el ámbito de la cultura en Italia, la Sociedad Dante Alighieri, en el año 1889 para la promoción de la lengua italiana y la difusión de su cultura en el mundo. Su presencia es más limitada que la francesa y se limita a 60 países en todo el mundo. Su mayor actividad en la historia se dio tras acabar la I Guerra Mundial debido a la cantidad expatriados italianos presentes en países de América Latina y de África.

La actividad de esta sociedad está más centrada en la lengua que el de otros institutos que se analizarán a continuación. Establece sus propios exámenes de italiano para extranjeros, aunque en el caso de esta lengua no hay una normalización como en el caso del francés o el alemán, puesto que existen universidades que realizan sus propios exámenes<sup>30</sup>.

La historia del siguiente instituto nacional de cultura es lo que conocemos hoy en día como el Goethe Institut y merece una atención especial por su evolución y los diferentes usos que ha tenido, es uno de los instrumentos de diplomacia cultural que en un momento de la historia llegó a usarse a modo de propaganda por Hitler y que después, tras desaparecer tomó una orientación mucho más centrada en la cultura que en la

---

<sup>27</sup> FAUCONNIER, P. (2008), "L'étonnant miracle de l'Alliance française", *Le Nouvel Observateur*, n° 2265, pp. 10–11.

<sup>28</sup> Ibid. La Alianza Israelita Universal fue una organización creada en 1860 y establecida en Francia con el objetivo de ayudar a los judíos.

<sup>29</sup> Sitio oficial de la Alliance Française <http://www.fondation-alliancefr.org/spip.php?rubrique1> [Consultado del 8 de septiembre de 2009].

<sup>30</sup> Sitio oficial de la Sociedad Dante Alighieri: <http://www.ladante.it/chiamo/index.asp> [Consultado el 8 de septiembre de 2009]

política, en esas décadas de reflexión de la historia que todavía hoy perviven en Alemania.

El Goethe Institut que comenzó sus andares en tiempos de la República de Weimar, en el año 1925 con el nombre de Deutsche Akademie y que cambió su nombre por Goethe Institut en el año 1951. Se ha de hacer una mención especial a la función que tuvo en su tiempo la Deutsche Akademie, cuyo verdadero nombre era *Akademie zur Wissenschaftlichen Erforschung und Pflege des Deutschtums* (en español, Academia para la investigación científica y la conservación de lo germano o de la germanidad) y que como nombre abreviado conservó el de Deutsche Akademie. Esta institución fue fundada en Múnich como una unión cultural-política para la investigación y la divulgación de la cultura germana así como para la promoción de la lengua alemana en el extranjero. En 1945, tras la derrota de la Alemania nazi, esta institución desapareció y no fue hasta seis años después que el Goethe Institut la sustituyó<sup>31</sup>.

El primer presidente de la Deutsche Akademie (en adelante, DA) fue Georg Pfeilschifter, rector de la Ludwig-Maximilians-Universität (o la Universidad de Múnich) y entre otros miembros destacaban científicos muy conservadores en cuanto a la cultura como Karl Alexander von Müller, Friedrich von der Leyen, Hanns Dorn o Otto von Zwiedineck-Südenhorst.

Además de ellos, había un gremio de consejero que pertenecían al consejo director, de los que 100 de ellos aseguraban la financiación de la DA<sup>32</sup>. En esta época la actividad de la DA en el extranjero se centró bastante en la zona de los Balcanes, por la concentración de expatriados alemanes que allí había.

Durante el nacionalsocialismo, la razón de ser de la DA cambió totalmente y pasó a seguir los principios del *Führer*, además de acabar con miembros no deseados como el escritor Thomas Mann, el después presidente y razón por la cual Bonn se convirtió en la capital de la RFA, Konrad Adenauer y el pintor Max Liebermann. La presidencia de la DA le fue atribuida a Leopold Kölb, miembro de la SA.

Hasta 1940, la DA se convirtió en la manzana de la discordia entre el Ministro de Asuntos Exteriores, von Ribbentrop, Himmler, Rosenberg y el Ministro de Propaganda,

---

<sup>31</sup> MICHELS, E. (2005), *Von der Deutschen Akademie zum Goethe Institut. Sprach- und auswärtige Kulturpolitik 1923-1960*, 1ª edición, Múnich, Oldenbourg pp. 27-30.

<sup>32</sup> Ibid pp. 33-40.

Goebbels. En el año 1941 Siebert formuló la nueva orientación de la DA como un arma de la «lucha» por la cosmovisión pronunciando las siguientes palabras: *«Es ist für uns Deutsche ein erhebendes Bewußtsein, daß wir in dem uns aufgezwungenen Kampfe nicht nur mit den Waffen, sondern auch mit den geistigen Kräften unvergleichlich unseren Gegnern gegenüberreten, daß nicht nur Festungen fallen, Stellungen überrannt werden, die aus Zement und Eisen errichtet wurden, sondern auch geistige Mauern niedergerissen werden, weil sie längst morsch und überlebt sind»*<sup>33</sup>.

Finalmente, el edificio sede de la DA fue bombardeado en abril de 1944 y su actividad paró por completo en abril del año siguiente, 1945. Su disolución se produjo al ser declarada una central de propaganda y espionaje activa en toda Europa aunque en 1950 retomó su actividad pasando a ser el Goethe Institut en 1951<sup>34</sup>.

La actividad del Goethe Institut estuvo limitada en un principio y hasta 1968, a la oferta de cursos de lengua alemana en el extranjero y en el año 1959 todas las instituciones culturales alemanas pasaron a formar parte de esta institución. A partir de 1968 es cuando el Goethe Institut empieza a llevar a cabo una agenda de promoción cultural.

Durante la presidencia de Willy Brandt en los años setenta, el Goethe Institut empieza a adquirir una gran importancia en el ámbito de la política exterior pasando a firmar un contrato con el Ministerio de Asuntos Exteriores en 1976. La caída del Muro de Berlín supuso además que esta institución se abriera a Europa del Este y fundara muchos institutos en la región. El Goethe Institut tiene el privilegio de poder presumir de que ha sido la primera institución en el sector en tener una oficina en Corea del Norte<sup>35</sup>.

El Goethe Institut tiene un presupuesto bastante elevado y desarrolla su actividad en multitud de países, es uno de los institutos culturales más activos con un programa

---

<sup>33</sup> Para nosotros, los alemanes es de una consciencia edificante el que nos enfrentemos a nuestros enemigos en nuestra lucha obligada no solo con las armas, sino también con las fuerzas del intelecto de manera que no sólo caigan las fortalezas y se derriben las armas erigidas en cemento y hierro, si no también que las barreras de la mente sean derribadas puesto que hace tiempo que están carcomidas y trasnochadas. (Traducción propia) SIEBERT, L. (1941), "Mittelpunkt deutscher Geistespflege", *Volk und Welt*, pp. 8–11

<sup>34</sup> MICHELS, E. (2005), Op. cit pp. 189-222.

<sup>35</sup> Sitio oficial del Goethe Institut: <http://www.goethe.de/uun/deindex.htm> [Consultado el 8 de septiembre de 2009]



cultural muy amplio y una red de bibliotecas muy amplia. El Goethe Institut tiene presencia en 91 países diferentes con 141 institutos y 10 oficinas de información<sup>36</sup>.

La tormentosa historia de la institución refleja la importancia de la diplomacia cultural como un arma peligrosa de gran influencia durante la época nazi que fue utilizada como propaganda y así declarada en su derrota, lo que motivó su desaparición.

Sin embargo, una vez recuperada la institución en forma de lo que hoy conocemos como Goethe Institut, el gran potencial de este instrumento hizo que fuera adquirido por el Ministerio de Asuntos Exteriores de Alemania como una manera de promover y potenciar la cultura y lengua alemanas y de mejorar su imagen en el exterior, llegando a convertirse en una institución estandarte del país y de referencia de Alemania.

Siguiendo la historia de las grandes instituciones en este punto deberemos analizar el British Council, lo que conocemos en España como Instituto Británico. Esta institución fue fundada en el año 1934 siendo establecida por decreto real en 1940 por el rey Jorge VI. Su presidente actual es Lord Kinnock, antiguo líder del Partido Laborista británico y antiguo comisario europeo de Transportes. El instituto británico pertenece al Foreign and Commonwealth Office aunque es independiente a la hora de llevar a cabo su actividad.

El objetivo de la institución fue el de establecer relaciones culturales y educativas entre el Reino Unido y otros países, por la lengua que representa, la segunda más hablada del mundo, esta institución es quizás la que más matrículas adquiere a la hora de enseñar la lengua inglesa y la que más centros en diferentes países tiene, ascienden a 233 en 107 países diferentes. Las matrículas del British Council en el año 2007 ascendían a no mucho más de 300.000, en esto mucho tiene que ver la cantidad de academias privadas que imparten clases de inglés en todo el mundo y sus elevados precios. Sin embargo, la cantidad de exámenes oficiales que realizan cada año, asciende a más de un millón<sup>37</sup>.

El Instituto Cervantes, fundado en 1991, se creó como una institución pública durante la presidencia de Felipe González y dependiendo del Ministerio de Asuntos Exteriores. Se basa en la promoción de la lengua española y de la cultura Española e Iberoamericana.

---

<sup>36</sup> Sitio oficial del Goethe Institut: <http://www.goethe.de/ins/deindex.htm> [Consultado el 8 de septiembre de 2009]

<sup>37</sup> Sitio oficial del British Council: <http://www.britishcouncil.org/new/about-us/who-we-are/> [Consultado el 7 de septiembre de 2009]

Tiene dos objetivos principales que se recogen en la Ley 7/1991, de 21 de marzo, artículo tres y que son en primer lugar, promover universalmente la enseñanza, el estudio y el uso del español y fomentar cuantas medidas y acciones contribuyan a la difusión y la mejora de la calidad de estas actividades y en segundo lugar, contribuir a la difusión de la cultura en el exterior en coordinación con los demás órganos competentes de la Administración del Estado.

Además, el Instituto Cervantes también se encarga de organizar cursos de lenguas cooficiales de España.

El Instituto Cervantes cuenta con 73 sedes en el mundo en diferentes países y va en aumento. Además se encarga de realizar los únicos exámenes oficiales de español junto con los realizados por la Escuela Oficial de Idiomas que existen en España y que acreditan conocimiento suficiente de la lengua para realizar estudios, trabajar u otro tipo de actividades en España.

Entre los Institutos más grandes son el Cervantes y el Camoões (Instituto de lengua y cultura portuguesa) los más jóvenes, fundados en 1991 y 1992 con los mismos propósitos que los institutos anteriores pero respecto a las culturas española y portuguesa. Las seis instituciones mencionadas fueron galardonadas en el año 2005 por el premio Príncipe de Asturias de la Comunicación y Humanidades por según el acta del jurado des te premio:

«El Jurado ha tenido en cuenta la aportación de estas instituciones, algunas de ellas centenarias, a la tarea común de preservar y difundir el patrimonio cultural europeo, mediante la enseñanza, en todos los continentes y entre millones de personas, de las respectivas lenguas nacionales, así como de su tradición literaria y artística y de los valores éticos y humanísticos que constituyen el sustrato de la civilización occidental»<sup>38</sup>.

La declaración del jurado se refiere a las instituciones como promotores del patrimonio europeo y los valores de la civilización occidental, lo que manifiesta la gran importancia que los Institutos culturales tienen y la gran labor que cada uno con sus peculiaridades culturales desarrollan en la difusión de las distintas culturas europeas.

---

<sup>38</sup> Acta del Jurado del Premio Príncipe de Asturias. Disponible en: <http://www.fundacionprincipedeasturias.org/premios/2005/grandes-institutos-culturales-europeos/jury/> [Consultado el 7 de septiembre de 2009]

Los institutos culturales suponen por tanto un instrumento muy poderoso de diplomacia y de difusión de imagen del país y si se apura del continente europeo promoviendo la cultura y la lengua que dan una imagen exterior y que permiten el acercamiento tanto de países lejanos fuera del ámbito occidental como de países cercanos incluso dentro de la Unión Europea para reforzar esa identidad y esos lazos entre los europeos.

Resulta relevante destacar otros Institutos culturales de países más pequeños dentro de Europa y que hacen una labor muy parecida a estos grandes centros pero quizás con menos presupuesto y menos relevancia internacional debido a que sus lenguas son más minoritarias. El enfoque de dichas instituciones se centra más en la promoción de su cultura y lenguas dentro de Europa que fuera de ella.

Algunos ejemplos son el Instituto Checo de Cultura (Česká Centra) que está más enfocado a una difusión de la imagen exterior del país y del comercio que a la difusión de la lengua checa y la cultura, cuenta con 21 centros en el mundo<sup>39</sup>. Otro ejemplo sería la Fundación Helénica para la Cultura (Ελληνικό Ίδρυμα Πολιτισμού) que seguiría la dinámica de los centros culturales más importantes de promoción de lengua y cultura, aunque su presencia es muy limitada a países vecinos y a ciudades representativas del mundo como Bruselas o Pekín<sup>40</sup>. Como último ejemplo cabría destacar el del Instituto Estonio (Eesti Instituut) que es más antiguo que el Instituto Cervantes, fue fundado en 1989 y que sigue el modelo de éste aunque se centra más en la cooperación con otros países y regiones, por esta razón sólo tiene oficinas en Finlandia, Suecia, Hungría y Francia<sup>41</sup>.

Todos los institutos culturales aquí mencionados junto con los de otros países de la Unión Europea y distintas ramas de los Ministerios de Asuntos Exteriores y de los Ministerios de Cultura se juntaron para cooperar y crearon la institución EUNIC cuyo actividad, historia y objetivos se tratarán a más adelante y que han supuesto un tímido paso hacia la aproximación paraa definir la cultura europea por la juventud del proyecto y la poca difusión que hasta ahora se le ha otorgado.

---

<sup>39</sup> Sitio oficial: <http://www.czechcentres.cz/scc/novinky.asp> [Consultado el 7 de septiembre de 2009]

<sup>40</sup> Sitio oficial: <http://www.hfc.gr/wmt/webpages/index.php> [Consultado el 7 de septiembre de 2009]

<sup>41</sup> Sitio oficial: [http://www.einst.ee/estonian\\_institute.html](http://www.einst.ee/estonian_institute.html) [Consultado el 7 de septiembre de 2009]

A continuación, se profundizará en el concepto de la cultura desde sus orígenes para poder entender mejor la labor de estos institutos y para adentrarse en la definición de la una cultura europea, que inevitablemente llevará a discutir sobre la identidad europea.

### 3 El concepto de una cultura europea

#### 3.1 Aproximación histórica

De acuerdo con la UNESCO: ««La cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden. La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias»<sup>42</sup>.

La etimología de la palabra cultura proviene del latín *cultūra*<sup>43</sup> que derivó en *colere* cuyo significado es el cuidado de la tierra y del ganado, más concretamente, un terreno de tierra cultiva recibía esa denominación que con el tiempo paso de designar un estado a designar una acción.<sup>44</sup> Hacia la mitad del siglo XVI este término comienza a adoptar un significado metafórico para designar el cultivo de cualquier facultad aunque no será hasta el llamado Siglo de las Luces (XVIII) cuando esta definición de cultura entre a formar parte del *Dictionnaire de l'Academie Française*.<sup>45</sup>

El término cultura como sinónimo de civilización empieza a emplearse durante la época de la Ilustración y aparece por primera vez de esta manera en la lengua francesa en el siglo XVIII, si bien es cierto que en el ámbito germano la palabra *Kultur* en sentido figurado aparece en el siglo XVII y es donde más relevancia adquiere<sup>46</sup>.

---

<sup>42</sup> UNESCO (1986), "Declaración de México sobre las políticas culturales", *Unesco*, 26 de julio - 2 agosto p. 1.

<sup>43</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2008), *Diccionario de la lengua española*, 1 tomo, 22ª edición, Madrid, Real Academia Española p. 452.

<sup>44</sup> GIRARD, R. (2006), *Los orígenes de la cultura*, 1ª edición, Madrid, Trotta p. 67.

<sup>45</sup> Ibid. p. 68.

<sup>46</sup> THOMPSON, J.B. (2002), *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, 2ª edición, México, Universidad Autónoma Metropolitana p. 68.

Así pues, la dicotomía entre civilización y cultura empieza a trasladarse a un ámbito nacional, es decir, se desplaza de las diferencias entre estratos sociales de un mismo país hacia las diferencias nacionales entre países distintos. El ejemplo de Alemania resulta representativo, ya que se trataba de una región en pequeños Estados y por esa misma razón los pensadores de la época vieron la necesidad de llevar a cabo una unificación política. Al contrario que el pensamiento universalista francés, los alemanes veían en la unidad nacional unas características específicas nacionales, y autores como Herder proclamaron el *Volksgeist* (espíritu del pueblo) que abogaba por diversidad cultural en contra del universalismo francés.<sup>47</sup> Por esta razón, el orgullo nacional descansaba en la cultura, Herder creía en la diversidad cultural, en una humanidad diversa, una diversidad que no impedía la comunicación entre los pueblos<sup>48</sup>.

Dentro de la disciplina de las ciencias sociales, son muchas las aproximaciones a la cultura desde las distintas teorías existentes. Una de las definiciones de cultura más aceptadas es la que publicó el etnólogo británico Edward B. Tylor en su libro *Primitive Culture* en el año 1871: «aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre. La situación de la cultura en las diversas sociedades de la especie humana, en la medida en que puede ser investigada según principios generales, es un objeto apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción del hombre»<sup>49</sup>.

Desde el punto de vista funcionalista, Malinowski combina la definición de Tylor con algunas ideas de Durkheim relacionadas con la función social y entiende la cultura como una realidad *sui generis*, de tal manera que todos los elementos de la cultura estaban dotados de una función que hacía posible su existencia y que a su vez esa función les era otorgada no solamente por lo social si no por la historia y la geografía del grupo, entre otros factores<sup>50</sup>. Los estructuralistas como Saussure, Jakobson o Lévi-Strauss, que se basaron en primer lugar en una teoría sobre la lengua<sup>51</sup>, realizan un

---

<sup>47</sup> HERDER, J.G.(1773) “Ensayos sobre el estilo y arte alemanes”

<sup>48</sup> Ibid p. 90.

<sup>49</sup> KAHN, J.S. (1975), *El concepto de cultura*, 1ª edición, Barcelona, Anagrama p. 22.

<sup>50</sup> THOMPSON, J.B. (2002), Op. cit p. 193.

<sup>51</sup> El estructuralismo lingüístico define la lengua en términos generales como un sistema de símbolos. SAUSSURE, F. de (2002), *Curso de Lingüística General*, 1ª edición, Buenos Aires, Losada p. 13.

desplazamiento hacia la antropología y definen la cultura, en palabras de Lévi-Strauss como un sistema de signos que produce la actividad simbólica de la mente<sup>52</sup>.

Por otro lado, desde un punto de vista marxista, se relacionan las cuestiones culturales en la interacción con el resto de la estructura social. Lo que implica que dependiendo del escalafón social de la producción donde se encuentra el individuo, así va a ser el dominio de lo cultural. Marx consideraba la cultura como una de las maneras por las cuáles existían las relaciones sociales de producción y que permitían que permanecieran las condiciones de desigualdad entre clases.<sup>53</sup>

Durante la primera mitad del siglo XX empezaron a surgir algunas corrientes neoevolucionistas de la cultura en Estados Unidos encabezadas principalmente por Julian Steward y Leslie White. Estos autores destacan el carácter dinámico de la cultura y su consecuente evolución. La cultura está pues determinada por la manera en que un grupo humano aprovecha su entorno, es decir, la tecnología que a su vez influye en las relaciones sociales y la manera en que estas se desarrollan y en la organización del trabajo. Estos dos últimos factores reflejan a su vez un sistema de valores y creencias del grupo humano al que representan y que le permiten entender el entorno que lo rodea. Steward se centró más en la relación de la cultura con la naturaleza considerándola como la forma en el que el ser humano se adapta al medio natural en el que se encuentra y por tanto rechazando la convicción de que todas las culturas siguen un mismo camino de evolución, puesto que esta depende del medio natural, introduce en este campo el concepto de ecología<sup>54</sup>.

Dicha convicción hizo que, con el tiempo, el neoevolucionismo uniera ciencias sociales y naturales, siendo la ecología una parte muy importante en los estudios culturales a partir de la década de los sesenta del siglo pasado.<sup>55</sup> Por último, existe una concepción científica de la cultura desarrollada a partir de la genética de poblaciones definiendo la cultura como la «información transmitida por aprendizaje social entre animales de la

---

<sup>52</sup> LÉVI-STRAUSS, C. (1964), *El pensamiento salvaje*, 1ª edición, México D.F., Fondo de Cultura Económica de España p. 47

<sup>53</sup> MOSTERÍN, J (2009): *La cultura humana*. 1º edición, Espasa Calpe, Madrid p.87

<sup>54</sup> THOMPSON, J.B. (2002), Op. cit p. 197.

<sup>55</sup> Ibid. p. 201.

misma especie»<sup>56</sup> en contraposición a la información que se transmite genéticamente, a la naturaleza.

Son muchas las definiciones que se han intentado dar de la cultura a lo largo de la historia, y muchas las corrientes y puntos de vista que han intentado profundizar en las razones y elementos de la cultura. Lo cierto es que la cultura refleja la historia y la evolución del pensamiento humano y de su desarrollo y lo deja plasmado para las futuras generaciones en forma de arte o de tecnología. La definición de cultura de la UNESCO, que se apuntaba en el primer párrafo de este epígrafe es quizás la más aceptada y neutral en nuestros días y la que mejor caracteriza las dimensiones de la cultura desde mi punto de vista.

La diversidad de culturas es una de las mayores riquezas del ser humano hoy por hoy y una de las dimensiones del ser humano más respetadas en nuestros días. Tanto es así que la cultura ha tenido y está teniendo una importancia primordial a la hora de constituir acuerdos y tratados internacionales y más si cabe dentro de la Unión Europea, el objeto de estudio de este trabajo, que está basada en una idea de diversidad, promoción y respeto de las culturas de los Estados Miembros. Desde que se estableciera la Carta de Derechos Humanos de las Naciones, la dimensión cultural de la persona y la protección de las minorías ha estado presente en la escena internacional y se han ido construyendo acuerdos internacionales en materia de protección de la diversidad cultural.

Por esta razón, a continuación se procederá analizar la presencia de la cultura en los acuerdos internacionales y su importancia dentro de los mismos, así como la evolución de la presencia de la cultura dentro de estos acuerdos.

### **3.2 La cultura en los Tratados Europeos**

La cultura dentro de la Unión Europea ha ido adquiriendo cada vez más importancia, en cuanto a iniciativas y en cuanto a su reconocimiento oficial dentro de los tratados europeos, si bien es cierto que aún queda un largo camino por recorrer, las políticas culturales empiezan a ser cada vez más importantes dentro de la integración europea y para el éxito de la misma.

---

<sup>56</sup> MOSTERÍN, J. (1993), *Filosofía de la cultura*, 1ª edición, Madrid, Alianza Editorial p. 79.



Con el amparo de la Declaración Universal de los Derechos Humanos que garantiza los derechos culturales de las personas en su artículo 22, la diversidad y el respeto por la cultura han ido adquiriendo cada vez más importancia, sobre todo en el ámbito del respeto a las minorías. Conscientes de ello, las Naciones Unidas crearon la UNESCO en el año 1945. La diversidad cultural y las políticas culturales están presentes en las declaraciones de la UNESCO como la de México de 1982 y la reciente Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Todos estos acuerdos contribuyen a que la cultura sea un bien protegido de cada nación que no entra en negociaciones dentro de los acuerdos de la OMC y que está protegido por los Estados.

Al centrarse en la Unión Europea, cuyo principio de creación fue básicamente económico, no es hasta la firma del Tratado de Maastricht en 1992 cuando se reconoció la dimensión cultural de forma oficial en el ámbito de la integración europea. En este tratado, se contempla un respeto a la diversidad cultural europea pero atendiendo siempre a un patrimonio cultural común. En su artículo 126 el Tratado de Maastricht manifiesta: «La Comunidad contribuirá al desarrollo de una educación de calidad fomentando la cooperación entre los Estados miembros y, si fuere necesario, apoyando y completando la acción de éstos en el pleno respeto de sus responsabilidades en cuanto a los contenidos de la enseñanza y a la organización del sistema educativo, así como de su diversidad cultural y lingüística» y más concretamente en el título IX del tratado referido explícitamente a la cultura se manifiesta en el artículo 128 que «la Comunidad contribuirá al florecimiento de las culturas de los Estados miembros, dentro del respeto de su diversidad nacional y regional, poniendo de relieve al mismo tiempo el patrimonio cultural común» y se enumeran los campos de acción en los que la UE podría ampliar el campo de acción y apoyar, entre estos se encuentra la difusión cultural, la conservación del patrimonio, el intercambio cultural sin fines comerciales y la creación artística. La Unión Europea, en un intento de profundizar en la integración europea más allá de lo comercial, como manifiesta en su preámbulo comienza en este tratado a incluir la cultura como manifiesta el mismo tratado en su preámbulo.

En el Tratado de las Comunidades Europeas (en adelante, TCE), el artículo 3 establece el objetivo de la UE de participar en el desarrollo de las culturas de los estados miembros y en el artículo 151, el mismo tratado autoriza a la Unión a poner en práctica iniciativas como *Europa 2000* o *Mes Europeo de la Cultura* o *Ciudad Europea de la*

*Cultura*. Mediante el artículo se pretende un doble objetivo que es por una parte contribuir al desarrollo de las culturas de los Estados Miembros en su diversidad nacional y regional y poner de relieve el patrimonio común. De cualquier manera el objetivo de la propuesta no es imponer políticas culturales comunes si no incentivar a cada estado miembro a armonizarlas y a completarlas. Además, se aboga por la cooperación con terceros países y organismos internacionales, con especial atención al Consejo de Europa.

En el apartado a) del artículo 87 del TCE, que trata sobre la especificidad cultural en el ámbito de las relaciones económicas, se autorizan ayudas de los Estados con el fin de promover la cultura y la conservación del patrimonio siempre y cuando sean compatibles con las normas del mercado común relativas a los intercambios comerciales y a la competencia.

Además en el año 2004 se produjo en Berlín un encuentro entre varios países de la UE para promover un espacio cultural europeo con el fin de fomentar el intercambio y el entendimiento entre las diferentes culturas de la UE. En el año 2005 hubo también una propuesta para incluir una *Carta Europea de la Cultura* en el Tratado por el que se establecía una Constitución para Europa<sup>57</sup> cuyos fines principales eran los de aumentar la cooperación entre los institutos culturales nacionales, implementar una beca del estilo Fulbright<sup>58</sup> pero europea, fomentar el intercambio de estudiantes universitarios y establecer una agencia europea de noticias pero con inversión privada.

En conclusión, que la cultura esté cada vez más presente en los tratados europeos augura un buen futuro para el desarrollo de políticas culturales comunitarias y una acción cultural común, una diplomacia cultural común. Lo cierto es que para poder llegar a un acuerdo en materia de cultura es de vital importancia poder definir una identidad y una cultura europea ante la que todos los estados miembros se sientan

---

<sup>57</sup> Este fue el primer proyecto de tratado que se elaboró para establecer una constitución europea y que fue rechazado por los referéndums celebrados en Francia y Holanda.

<sup>58</sup> El Programa Fulbright de becas para estudiantes («Fulbright Scholarships») está patrocinado por la Oficina de Asuntos Educativos y Culturales («Bureau of Educational and Cultural Affairs») del Departamento de Estado de los Estados Unidos, los gobiernos de otros países y el sector privado. El Programa nació al finalizar la Segunda Guerra Mundial por iniciativa del entonces Senador de Arkansas J. William Fulbright, con la esperanza de que al fomentar el intercambio entre estadounidenses y ciudadanos de otras naciones, se eliminarían las bases de futuros conflictos al fomentar la tolerancia y el entendimiento mutuos.

identificados y que respete e incluya cada una de las peculiaridades de las naciones que integran la Comunidad.

### **3.3 La definición de una cultura europea**

La definición de una cultura europea como tal es un tema de actualidad que ocupa los pensamientos de muchos ideólogos de Europa como un factor para la integración. La diversidad de Europa hace la definición de la cultura europea muy difícil y el objetivo de sentar unas bases de esta cultura no es otro sino el de crear o promover una identidad europea para la integración.

Estas cuestiones se plantean en un contexto en el que se debate la entrada de Turquía en la Unión Europea y cuyos argumentos en contra se basan justo en la idea de cultura europea donde Turquía no entraría por sus orígenes religiosos no cristianos. Los orígenes islámicos de Turquía son la razón más poderosa para afirmar que éste país no viene de la misma raíz cultural que el resto de los países europeos.

El profesor de literatura comparada de la Universidad de Harvard George Steiner, propone en su libro *La idea de Europa*, cinco pilares sobre los que se sustenta esa definición de la cultura europea, que debería hacer que los europeos sientan que comparten esa identidad<sup>59</sup>. El primer pilar de Steiner se basa en los cafés de Europa, desde Lisboa a Odessa, en los cafés europeos se han forjado la mayoría de las ideas respecto al arte, la filosofía, la historia, la política, etc. El segundo pilar apunta a la naturaleza europea como factor de unión puesto que no existen grandes barreras naturales que hagan más difícil el acceso a los distintos lugares de Europa, en comparación con América o Australia donde hay desiertos o «valles de la muerte». Como tercer pilar Steiner hace de nuevo un contraste con América argumentando en los nombres de las calles que en Europa recuerdan a personajes de la historia, hombres de estado o importantes científicos y pensadores, mientras en América las calles están representadas por números o nombres de árboles y flores. En el cuarto pilar encontramos los orígenes del pensamiento europeo en Atenas, la razón y en Jerusalén,

---

<sup>59</sup> STEINER, G. (2005), *La idea de Europa*, 1ª edición, Madrid, Siruela, pp. 37-80.

la religión. Por último, Steiner establece el quinto pilar en la creencia común en la decadencia de Europa como devenir de la Filosofía de la Historia de Hegel<sup>60</sup>.

Sin embargo, no se debe olvidar que la sangrienta historia de Europa haga que sea difícil establecer ciertos lazos entre algunos estados cuyos ciudadanos aun recuerdan los estragos de la guerra. La historia es uno de los pilares básicos de la cultura de cada país y la historia de Europa se ha escrito en muchos idiomas y por muchas personas diferentes ¿Cómo podríamos crear una historia de Europa desde un punto de vista objetivo? Es una cuestión sin duda complicada, por no decir imposible.

Lo cierto es que sí que existe una cultura europea y que todos los países europeos han seguido las mismas corrientes en las mismas épocas y han pasado por procesos políticos similares (absolutismo, democracia...) con evoluciones similares, los procesos siempre han tenido una evolución en el tiempo que ha afectado a Europa en las mismas épocas, con desfases de pocos años. Por supuesto que existe una cultura europea, que se enriquece con las peculiaridades de las culturas de las distintas regiones de Europa. Pero sin lugar a dudas, los valores occidentales son los mismos, los grandes filósofos, escritores, pintores, artistas europeos son conocidos y estudiados por todos los europeos sin importar su nacionalidad y por muchos ciudadanos del mundo.

La importancia de la cultura europea radica en su conservación y en que los ciudadanos sean conscientes de esa cultura y que puedan entender las relaciones entre unos y otros países y relacionar los distintos movimientos culturales a lo largo de la historia. Es necesario promover ese tipo de iniciativas para que los ciudadanos europeos se sientan más cercanos entre sí y que las barreras geográficas o las distancias no supongan una barrera psicológica a la hora de definir la cultura europea, tan amplia que sería difícil establecer unos límites.

Así pues, podría decirse que la cultura europea es la suma de las distintas culturas nacionales y regionales sin anular o suprimir ninguna de ellas. La diplomacia cultural puede ser una herramienta muy útil para la promoción de la cultura europea en el exterior. De cualquier modo, la definición de una cultura europea implicará una identidad para ella, cuestión que se tratará a continuación.

---

<sup>60</sup> Hegel, en su *Filosofía de la Historia* presenta la historia como la evolución del ser humano, empezando en la infancia pasando por la adolescencia, edad adulta ancianidad, de acuerdo con su teoría, Europa se encontraría en su declive, en su ancianidad.

### 3.4 La identidad europea como base de una cultura común

El proyecto de integración de la Unión Europea no pasa por su mejor momento. Apenas a un mes de repetirse el referéndum para la ratificación del Tratado de Lisboa en Irlanda, las perspectivas no parecen muy alentadoras. El euroescepticismo va creciendo, tanto que, tiene presencia en el Parlamento Europeo, una institución en la que no creen, y la participación en las últimas elecciones europeas apenas rozaba la mitad de los ciudadanos europeos, unas elecciones que fueron usadas por la mayoría de dirigentes políticos para cuestiones principalmente nacionales, se habla de un déficit democrático.

En este contexto, el planteamiento de la identidad europea tiene más importancia de lo que parece, no se trata sólo de cuestiones culturales, históricas y étnicas, sino también de intereses económicos, políticos y de derechos<sup>61</sup>. La falta de conocimiento de las instituciones europeas por parte de los ciudadanos y la labor que estas desempeñan es una de las causas más importantes de éste déficit democrático<sup>62</sup>, algunos autores llegan a la conclusión de que muchos de los ciudadanos europeos ni si quiera están familiarizados con el sistema político de sus propios países. La falta de interés y de identificación con la forma de toma de decisiones de la Unión Europea influye también en la percepción de lejanía de los ciudadanos y la falta de identificación con la UE. En el nivel nacional, aunque estos ciudadanos desconozcan la forma de toma de decisiones de su propio país, comparten al menos una lengua, costumbres y caracteres comunes con sus convecinos que no comparten con el resto de ciudadanos europeos y que les hace sentirse más cercanos a los habitantes de su propio país<sup>63</sup>.

En este contexto se debe señalar la importancia del concepto de ciudadanía europea, un concepto ideado por España durante el mandato de Felipe González y que está directamente relacionado con la identidad europea, si bien es cierto que se trata de un fenómeno multidimensional<sup>64</sup> y no unidimensional donde la identidad solo representa una parte<sup>65</sup>.

---

<sup>61</sup> RUIZ JIMÉNEZ, A. (2003), "¿Y tú de quién eres? Identidad europea y lealtad a la nación", *CPA Estudios UNED*, n° 3 p. 18.

<sup>62</sup> HOOGHES, L. (2003), "Europe Divided? Elites vs. Public Opinion on European Integration", *Institut für Höhere Studien (IHS)*, Wien, n° 88, pp. 1–26

<sup>63</sup> Ibid p. 17.

<sup>64</sup> Otras dimensiones de la ciudadanía son sus derechos, sus obligaciones y su participación activa en la democracia.

<sup>65</sup> SANTACREU, O.; ALBERT, M.C. (2004), "Las dimensiones de la identidad europea", *Pioneur Working Paper*, n° 8, pp. 1–43 p. 5.

Los medios de comunicación han contribuido en gran medida y como una parte esencial a una lo que el sociólogo británico David Held denomina la «globalización cultural». De esta manera todos los individuos pueden acceder a ambientes sociales y físicos que de otra manera no podrían y con esto se estimulan nuevas formas de identidad cultural a la vez que se intensifican viejas identidades y surgen problemas como el nacionalismo radical que debilitan la hegemonía cultural del estado-nación<sup>66</sup>.

Held coincide en este aspecto con la paradoja que señala Anthony D. Smith y que él mismo denomina la «paradoja de la interdependencia», una interdependencia motivada por la globalización que de una manera tiende a unir y acercar a los ciudadanos del mundo y por otro lado hace que los movimientos nacionalistas radicales se extiendan y hagan conocida su causa de forma que otras viejas rencillas históricas quieran seguir el ejemplo de aquellos que tomaron esa iniciativa<sup>67</sup>.

La ciudadanía europea incluye una serie de derechos y deberes que poseen todos los ciudadanos de la comunidad y en la tarea por definir cuáles son esos derechos y deberes algunos autores como Alain Touraine defienden la idea de una dimensión cultural de derechos y deberes motivada por una sociedad de la información donde existe una representación cultural y en la que aparecen nuevos actores sociales y nuevos movimientos sociales<sup>68</sup>. Por otro lado, Jürgen Habermas defiende que Europa debe basarse en la sociedad civil cuyos ciudadanos sean competentes comunicativamente para institucionalizarse<sup>6970</sup>, es decir que la democracia ha de encontrarse en el discurso de la sociedad civil y no en las instituciones a lo que Gerard Delanty añade que si la ciudadanía no participa no se podrá llegar a una democracia en el discurso de la sociedad civil<sup>71</sup>.

---

<sup>66</sup> HELD, D. (1995), *La democracia y el orden global*, 1ª edición, Barcelona, Paidós Ibérica p 158.

<sup>67</sup> SMITH, A.D. (1993), "A Europe of Nations — or the Nation of Europe?", *Journal of Peace Research*, nº 2, pp. 129–135 p. 129.

<sup>68</sup> TOURAINE, A. (2003), *Sociology without societies*, 2 tomo, 1ª edición, Londres, Current Sociology p 127.

<sup>69</sup> DELANTY, G. (1998), "Social Theory and European Transformation: is there a European Society?", *Sociological Research Online*, nº 3, p. 1.

<sup>70</sup> HABERMAS, J. (1996). "The European Nation State. Its Achievements and Its Limitations. On the Past and Future of Sovereignty and Citizenship" *Ratio Juris*, nº 9.

<sup>71</sup> DELANTY, G. (1998) Op. cit. p. 2

De cualquier manera Habermas junto con Derrida señalan la necesidad de ampliar las identidades nacionales y darles una dimensión europea, lo que plantea de acuerdo con estos autores la cuestión de la identidad europea<sup>72</sup>.

Siguiendo la misma línea se plantea la identidad europea no como la unión o la unificación de unos factores históricos y códigos de conducta similares, si no como una población que vive en un ámbito geográfico determinado y que conforma distintos tipos de sociedades<sup>73</sup>.

Dentro del concepto de identidad se pueden entender además diversas dimensiones de la misma, desde un punto de vista cultural hasta un punto de vista metafórico y de símbolos, pasando por un punto de vista espacial.

La identidad se constituye por elementos distintos de tipo simbólico, espacial o de valores y creencias. Así pues, a la hora de definir una identidad, sea europea (supra-identidad) o sea nacional (identidad nacional)<sup>74</sup>, de las personas como miembros de un grupo o una comunidad se lleva a cabo a través de unos símbolos, y de la identificación conocimiento y sentimientos que poseen hacia ellos y su relación con el resto. Por tanto, si la cuestión se centra en la simbología o en un punto de vista simbólico en lo que respecta a la Unión Europea se puede analizar el significado y relevancia de la bandera europea, del euro y los sentimientos hacia la Unión como institución. Si por el contrario, la cuestión se centra en un punto de vista espacial habrá que atender al apego del individuo a los ámbitos o sistemas espaciales diferentes como la clasificación ciudad, región, país y UE<sup>75</sup>.

Resulta interesante ver hasta qué punto los ciudadanos europeos conocen y se sienten identificados con los símbolos europeos tales como la bandera según datos del Eurobarómetro (véase anexo I) compilados por Santacreu y Albert<sup>76</sup>. Una amplia mayoría de los encuestados, el 90% aproximadamente, reconoce la bandera europea mientras que sólo un 10% no sabe lo qué es. En cuanto a su significado existen varias opciones, entre las que las más populares identifican la bandera con el mercado común,

---

<sup>72</sup> HABERMAS, J.; DERRIDA, J. (04-06-2003), "Europa: en defensa de una política exterior común", *El País*, pp. 1-6.

<sup>73</sup> MAZAS, L. (2001-2002), "European identity now and in the future", *Council of Europe, Secretary General's Colloquies*.

<sup>74</sup> SANTACREU, O. ; ALBERT, M.C. (2004), Op. cit p. 12

<sup>75</sup> Ibid p. 13.

<sup>76</sup> Ibid p. 14.

Europa o la Unión Europea. En cuanto a la clasificación por países y su conocimiento de la bandera es sorprendente encontrar que un 23% de los británicos encuestados no reconoce la bandera de la Unión en contraposición con los países escandinavos, cuyos ciudadanos encuestados que no conocen la bandera oscilan entre el 5% y el 2 %. Esto se debe a un euroescepticismo acusado en el ámbito del Reino Unido y en el ámbito de los países escandinavos podría atribuirse al alto nivel educacional de estos países.

Un dato muy significativo acerca del fenómeno de la identidad relacionado con los símbolos es la tabla 6 del anexo I, que expresa el grado de identificación de los ciudadanos con la bandera europea y su consideración negativa o positiva de la misma. No es sorprendente encontrar a los británicos de nuevo entre los que tienen una impresión más negativa de la bandera europea seguidos de los países escandinavos, si bien estos últimos expresan un grado de identificación con la bandera más alto que los británicos. Entre los que expresan valores más altos en ambas opciones se encuentran italianos y luxemburgueses.

Si se centra la cuestión en una identidad espacial, es decir, el sentimiento de pertenencia a un ámbito geográfico determinado bien al estado-nación o bien a la Unión Europea, que es el caso que nos ocupa, las encuestas son dispares si comparamos la adhesión al ámbito nacional y la adhesión a la Unión Europea (véase anexo II)<sup>77</sup>. Con respecto al ámbito nacional se observan grandes sentimientos en la mayoría de los países, cabe señalar el caso de España cuyo porcentaje en la casilla de nada adherido de la estadística es el más alto de todos los países encuestados llegando al 6%.

Sin embargo, en el ámbito de la Unión el sentimiento de adhesión se reduce considerablemente, siendo holandeses y escandinavos los que un menor sentimiento de adhesión tienen hacia la Unión y los luxemburgueses e italianos los que presentan una vinculación más fuerte. En este aspecto se ha de resaltar que la identificación con la Unión Europea desde el punto de vista de los símbolos coincide con aquella desde el punto de vista espacial. Con estos datos también se puede comprobar que el proceso de euroescepticismo frecuente que vivimos hoy en día viene dado por esos países que presentan valores más negativos en las encuestas de los anexos, los países escandinavos, Holanda y el Reino Unido, a los que hoy se unirían la República Checa y Polonia.

---

<sup>77</sup> Ibid p. 27.



La Unión Europea está mejor valorada por las élites de los distintos países miembros que por la generalidad de los ciudadanos. Las élites muestran opiniones más favorables a la integración que la opinión pública en general y consideran que el beneficio para su estado miembro de entrar en la UE ha sido mayor que la ciudadanía en general<sup>78</sup>. Se debe principalmente a un nivel más elevado de formación, sobretodo en idiomas, que hace desarrollar un interés por viajar a otros países de la Unión donde pueden comunicarse fácilmente, así la apertura de un espacio común sin fronteras tiene un efecto claramente positivo para las élites europeas.

Por lo tanto, la creación de una identidad europea es de cualquier forma más difícil de lo que parece, teniendo en cuenta que cada vez son más los países que se unen a la locomotora europea. Algunos de estos países como Polonia, la República Checa o incluso Austria, tienen pocos años de historia tal y como hoy los conocemos y a la vez que pasan por un sentimiento nacional muy fuerte motivado por esa juventud, necesitan un tiempo para reflexionar sobre sí mismos y su historia, para identificar su identidad nacional.

Este hecho hace que desde los países mencionados no haya apenas una percepción de una identidad europea. La distancia geográfica también podría ser un factor causante de que sientan que tienen muy poco en común con países del sur de Europa por ejemplo. Si se reflexiona sobre España, podríamos pensar que muy poco tenemos en común con un país como Islandia, que se dispone a entrar en la UE con el que apenas hemos compartido historia y con el que la distancia geográfica es muy grande, podríamos pensar que tenemos más en común con nuestro vecino del sur, Marruecos. Así un checo también tiende a pensar que quizás tiene más en común con un ruso que con un español o un portugués.

Las fronteras, tal y como las entendemos hoy en día, son a diferencia del concepto fijo y estático existente durante la Guerra Fría, algo borrosas y cambiantes, debido a su construcción histórica y sociológica. La historia, por tanto es uno de los factores más determinantes en la construcción de las fronteras físicas y psicológicas entre los pueblos y siempre será tan subjetiva como la mano que la escribe.

---

<sup>78</sup> HOOGHES, L. (2003), "Europe Divided? Elites vs. Public Opinion on European Integration", *Institut für Höhere Studien (IHS)*, Wien, n° 88, pp. 1–26 p. 2.

Algunos autores como Anthony D. Smith, especialista en nacionalismo de la London School of Economics, reflexiona sobre aquellas comunidades que han sido capaces de mantener una tradición histórica y cultural y han desarrollado formas de conservarla y aquellas comunidades que se han fundado a partir de mitos y leyendas inventadas, puesto que no fueron capaces de mantener esas tradiciones comunes, es el caso de Finlandia y el Kalevala<sup>79</sup> que se basa en mitos que no representan hechos históricos verdaderos.

Dado que la Unión Europea tiene una historia joven y reciente y que la construcción de su historia es la suma de las historias de cada uno de los estados miembros desde muchos puntos de vista diferentes, cabría preguntarse si en el caso de querer crear una identidad europea su historia debería crearse en base a una mitología o a una historia real. En este segundo caso, ¿seríamos capaces de escribir una historia objetiva de Europa? Lo cierto es que dentro de los mismos estados miembros existen formas distintas de enfocar la historia, las minorías dentro de los países no suelen interpretar la forma de la mayoría de escribir y contar su historia de la misma manera y viceversa. Este factor influye de manera muy significativa en el surgimiento de movimientos nacionalistas y separatistas.

La diversidad de la Unión Europea es tan amplia que resulta muy difícil llegar a ciertos puntos en común tan profundos como la identidad y lo cierto es que los asuntos de identidad también están influenciados por la forma de gobernanza de la Unión Europea, y la forma en que la Unión Europea es tratada en los Estados Miembros, rara es la ocasión en la que se ve discutir en el Congreso de los Diputados sobre temas relacionados con la Unión Europea, los ciudadanos perciben la Unión como algo extranjero, cuando quizás sería oportuno que se enfocara desde un punto de vista

---

<sup>79</sup> El Kalevala es un poema épico compilado por Elias Lönnrot en el siglo XIX a partir de fuentes folclóricas finlandesas, traspasadas desde las progenies más antiguas a las generaciones posteriores, o a través de las recopilaciones de las narraciones populares hechas por los rapsodas, como son los casos de Arhippa Perttunen y Ontrei Malinen, fundamentalmente en la región de Carelia. El Kalevala, como reminiscencia y conceptualización metafísica de la generación mítica del pueblo finlandés, a la manera de los cantares de gesta medievales, y es comparable el Cantar de Hildebrando, Beowulf, las Eddas islandesas, el Cantar de los Nibelungos, el Cantar de Roldán o el Cantar de mío Cid.

nacional o incluso debería ser incluido en las páginas de la política nacional de los periódicos europeos.

Esta sería una manera de acercar la UE a los ciudadanos para que adquirieran consciencia de la influencia de las decisiones que se toman en Bruselas en su vida cotidiana. Además, los ciudadanos ni si quiera tienen conocimiento de la posición de sus gobiernos con respecto a determinados temas que se discuten en el ámbito de la UE y que probablemente les afecten directamente. Que los ciudadanos tengan conocimiento de las decisiones que toma la Unión Europea puede ser muy importante para que adquieran consciencia de lo que significa ser miembro de esta organización y tener presente que las decisiones allí tomadas pueden llegar a afectarle de la misma manera que las que se toman a nivel nacional.

Así pues, el problema de la identidad europea, se encuentra en todos los niveles y es causa de todas las políticas de la Unión Europea, centrado en la diversidad y su respeto y podría decirse que este respeto a la diversidad es incompatible con la creación de una identidad europea, o si pudiera serlo, debería haber un balance tan perfecto que sería casi imposible o bien debería recurrirse la diversidad como el elemento unificador de la identidad europea.

Si es necesaria o no la creación de una identidad europea fuerte siempre dependerá de las mismas ambiciones de la Unión Europea, lo que significaría que el caso de querer ampliar las competencias de la Unión y quitar poder a los estados, la creación y fortaleza de una identidad europea sería uno de los elementos más importantes como unificador de los ciudadanos y para el adecuado funcionamiento de las políticas, es decir, si se pretende que lleguemos a unos acuerdos en cuanto a una política exterior común en cualquier ámbito y especialmente en el área la seguridad y la defensa<sup>80</sup>, la existencia de una identidad europea supone a mi entender un factor fundamental para el éxito de la Unión Europea en sus políticas tanto en los niveles internos como externos.

Sin por el contrario, la opción más adecuada es ante la que nos encontramos hoy en día, basada en la economía y un Mercado Común, entonces en esa caso, a existencia o creación de esa identidad no sería tan relevante. Por tanto, la pregunta fundamental se

---

<sup>80</sup> Los ciudadanos de la Unión Europea tienen derecho a participar en exámenes de oposición para distintos puestos de las administraciones de los Estados Miembro salvo algunas excepciones que se encuentran en el ámbito de la defensa y la diplomacia, por considerarse de gran importancia para la nación.

presenta ante la dirección de la Unión Europea y ante la reflexión de si los Estados Miembros quieren que la Unión sea un actor global e importante en la eterna discusión de si estamos en un mundo multipolar, bipolar o apolar o de si los países deben actuar y dirigir por sí solos sus políticas exteriores en todos los ámbitos siendo entes separados excepto en la economía.

Según algunos expertos en la materia (véase entrevista en anexo III), lo que sí que parece necesario definir es qué es cultura europea puesto que la cultura es una necesidad fundamental para el proceso de integración europea. Para forjar la identidad cultural europea es necesario tener la capacidad de proyectar la Unión en el exterior a través de sus industrias culturales por una parte, y por otra parte formar a los ciudadanos en la existencia de esa identidad cultural y su significado.

La cuestión de la identidad europea está claramente relacionada con la diplomacia cultural, puesto que hasta que los Estados Miembros no desarrollen un cierto grado de identificación con la Unión y se sientan parte de una misma cultura, no serán capaces de cooperar y ponerse de acuerdo en unas líneas claras de diplomacia cultural.

No obstante, la Comisión Europea ha empezado a desarrollar iniciativas en el ámbito de la cultura con el propósito de llegar a una diplomacia cultural europea paso a paso, el diseño de estas políticas está motivado por una reciente preocupación por los asuntos culturales de la Unión. En el siguiente epígrafe se informará de una forma más detallada sobre las políticas actuales en este ámbito.

## **4 Hacia una diplomacia cultural europea — status quo y futuro**

### **4.1 Acción cultural por medio de los fondos de cooperación al desarrollo**

La cultura dentro de la Unión europea es todavía hoy una competencia de apoyo que complementa al resto de culturas de la Unión. Por un lado prima el principio de subsidiariedad, es decir que cada estado diseña su política cultural y la UE sólo aporta un valor añadido a estas políticas nacionales.

Por otro lado, el procedimiento legislativo es todavía poco favorable al desarrollo de políticas culturales y esta acción cultural es todavía muy reciente. Además, las políticas culturales están también sujetas a una panoplia de acuerdos internacionales dentro de distintas organizaciones internacionales como la OMC, la OMPI o la UNESCO. Uno de los grandes problemas del desarrollo de políticas culturales dentro de la UE es la falta de contenido, es decir, hay una necesidad de dotar de contenido a estas políticas.

Las políticas europeas de cooperación al desarrollo se plantean como una de las formas de acción cultural exterior mediante instrumentos financieros que se utilizan para la restauración del patrimonio de terceros países y otras formas de promover la cultura y la diversidad. El organismo europeo encargado de financiar y llevar a cabo estos proyectos es la Comisión Europea con el programa EuropeAid, que no sólo atiende a proyectos culturales y del patrimonio histórico si no también a otros muchos ámbitos como las infraestructuras, la comunicación, la pobreza, el hambre, etc.

La agenda cultural 2007-2013 de la Comisión<sup>81</sup> prevé dirigir la acción en materia de desarrollo en este ámbito a través de dos instrumentos financieros:

- Implementar estas políticas en el ámbito nacional y regional con el apoyo de instrumentos geográficos como el Fondo Europeo de desarrollo (en el caso de los países ACP el Instrumento de Financiación de la Cooperación al Desarrollo (en Latinoamérica, Sudáfrica y Asia) y el Instrumento Europeo de Vecindad y Asociación (en aquellos países que tienen frontera con la Unión Europea).
- A través del programa temático «Invertir en las personas», en el que 50 millones de euros están dirigidos a la cultura bajo el título « Acceso a la cultura local,

---

<sup>81</sup> EUROPEAN COMMISSION (2007), Op. cit.

protección y promoción de la diversidad cultural» y que se centra en el desarrollo de políticas que permitan preservar y acceder a la cultura local de una forma más adecuada y en ofrecer oportunidades para el diálogo intercultural, potenciar el contacto entre distintos actores culturales de forma que se dé cabida al diálogo multiétnico y multicultural con el objetivo de mejorar el entendimiento mutuo y el respeto, así como de preservar las culturas y valores locales e indígenas.

En líneas generales, el lugar de la cultura en el ámbito de la cooperación al desarrollo tiene diferentes objetivos y campos de acción. Entre estos objetivos destacan algunos como el de prestar especial atención a las especificidades culturales a la hora de diseñar un proyecto de ayuda al desarrollo, se intenta prestar una atención especial a aquellos comportamientos o tradiciones que están dañando o poniendo en peligro la reducción de la pobreza y la desigualdad. Además en este aspecto, se anima a los colaboradores de la Unión que desarrollan proyectos de ayuda al desarrollo a incluir la cultura dentro de sus estrategias para reducir la pobreza y fomentar el desarrollo. Con ello se consigue que los agentes o estados miembros partícipes en los proyectos adquieran una sensibilidad especial hacia la cultura.

Otro de los objetivos de este programa atiende especialmente a la conservación, diseminación y promoción de la diversidad cultural tanto a nivel local como a nivel nacional estimulando el acceso de los habitantes locales a su propia cultura y a que desarrollen actividades económicas basadas en la promoción del patrimonio nacional y de su cultura.

En los niveles más teóricos o que no se desarrollan «en terreno», la agenda de la comisión propone la promoción de un diálogo intercultural y la cooperación a nivel sur-sur, así como el apoyo al establecimiento de redes de intercambio de expertos para desarrollar buenas prácticas y la formación y profesionalización de este sector.

Algunos de los últimos proyectos de cooperación realizados en el ámbito de la cultura son la restauración de Accra y Elmina en Ghana o el proyecto *Europe-Uganda Village* en el año 2007 enfocado al diálogo intercultural. En el mediterráneo destaca un proyecto para cineastas de la región para que desarrollen sus películas y les den la oportunidad de que sean vistas.

Así pues la cooperación al desarrollo se perfila como uno de los pilares de la política cultural de la Unión Europea siendo quizás el más influyente y más sólido por sus consecuencias económicas y beneficiosas para los países en los que actúa.

Junto con esta labor, la Unión Europea también opera directamente de una forma más enfocada a la promoción de la cultura en terceros países, con proyectos culturales propiamente dichos, la acción cultural exterior se tratará a continuación.

## **4.2 La acción cultural exterior**

La Dirección General de Educación y Cultura de la Unión Europea es la encargada de llevar a cabo la acción cultural de la Unión Europea. En el marco de esta política existen multitud de proyectos dentro de la geografía de la Unión pero son muy pocas o casi nulas las políticas culturales de la Unión proyectadas a terceros países.

La función principal de la Unión en este ámbito y así está expresado en los tratados es la de apoyar y complementar las políticas culturales de cada Estado Miembro de la Unión. Sin embargo tras los fracasos del Tratado de Lisboa, la cuestión de la cultura ha ido ganando importancia como una forma de superar los déficits que la Unión Europea está sufriendo en la actualidad.

Una de las primeras iniciativas que propone la D.G. de Cultura y Educación es una Agenda Europea de Cultura, tras haber reflexionado sobre estos asuntos, la Comisión Europea dirige una comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones (10 de mayo de 2007) donde estructura y recoge los resultados de la reflexión sobre los déficits de la Unión Europea y el valor añadido que puede dar la cultura a la hora de superar la crisis política actual.

El objeto de la comunicación es establecer el papel de la cultura en Europa en la era de la globalización y diseñar una agenda o una estrategia de acción cultural europea, mediante la identificación de líneas de trabajo y la movilización y la coordinación de los programas e instrumentos comunitarios disponibles y otros futuros.

Además, señala unos objetivos concretos junto con ámbitos de acción y propone un método de trabajo. Así define tres ámbitos de acción que son los siguientes:

1. Promoción de la diversidad cultural y del diálogo intercultural.
2. Promoción de la cultura como factor de crecimiento, innovación y creatividad en el marco del proceso de Lisboa.
3. Promoción de la cultura como un elemento crucial en las relaciones internacionales de la Unión Europea.

Al analizar los tres ámbitos de acción, se puede comprobar que ya la Unión Europea está empezando a plantearse su papel como actor global, incluyendo a la cultura como parte de sus relaciones internacionales como un único actor hacia terceros países. Esto es un paso muy importante para la integración europea y supondría un gran avance en este aspecto.

Con respecto al contenido de estos objetivos se pronunció el Consejo Europeo con la Resolución del 16 de noviembre de 2007 sobre una Agenda Europea para la Cultura, ratificando la necesidad de desarrollar estas políticas y de diseñar una estrategia europea común en materia de cultura, tanto para favorecer la integración y el proceso de Lisboa como para favorecer las relaciones internacionales de la Unión Europea.

Para el periodo 2008-2010, en el que actualmente nos encontramos, la estrategia y agenda tiene establecidos los siguientes objetivos:

- Mejorar las condiciones para la movilidad de los artistas y otros profesionales del sector cultural.
- Promocionar el acceso a la cultura, en particular, mediante la promoción del patrimonio cultural, el multilingüismo, la digitalización, el turismo cultural, sinergias con la educación, especialmente la educación artística y de manera especial, la movilidad de las colecciones.
- Desarrollar datos y una metodología estadística en el sector cultural para obtener indicadores comparativos y criterios de referencia.
- Maximizar el potencial de las industrias culturales y creativas, en particular las de las medianas y pequeñas empresas.



- Promover y aplicar la convención de Unesco sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales<sup>82</sup>.

La promoción de la ciudadanía europea es otra de las iniciativas que tienen alguna proyección interior, en este caso la de ayudar a forjar una identidad europea mediante la participación activa de la ciudadanía en los asuntos europeos, sobre todo en aquellos referidos a la integración para que se sientan más cercanos los unos a los otros. Este objetivo se plantea como un requisito necesario para la cooperación transnacional dentro de la Unión y tiene efectos evidentes en la proyección de la Unión Europea hacia el exterior.

Otra de las iniciativas, la de la Capital Europea de la Cultura es también un evento importante aunque se desarrolla con más importancia dentro de las fronteras de la Unión Europea y no tiene mucha relevancia en el exterior aunque siempre aporta un valor añadido, puesto que resalta los valores de corrientes artísticas comunes a todos los europeos, fomenta el diálogo entre los europeos y otras culturas del mundo, ya que se da a conocer en el mundo y hace valorar el patrimonio histórico europeo.

La asignación de esta capitalidad se hace mediante concurso presentando un proyecto, de forma que se implica a las autoridades para que hagan de esta condición un privilegio y un prestigio para los mejores proyectos que cumplan con los requisitos establecidos. Como inciso cabe señalar que las ciudades españolas que han obtenido la condición de Capital Europea ganando este concurso han sido Madrid, Santiago de Compostela y Salamanca.

El programa Cultura 2007-2013 está más enfocado a reforzar los lazos y el conocimiento de las culturas de los países miembros de la UE entre los sus ciudadanos para que tengan un mayor conocimiento de las culturas que les rodean. Así pues se basa principalmente en la promoción y el movimiento de personas que trabajan en el mundo de la cultura y tiene tres objetivos que son los siguientes:

- Promover la movilidad transnacional de las personas que trabajan en el sector cultural.

---

<sup>82</sup> Sitio oficial de la D.G de Educación y Cultura de la Comisión Europea: [http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc399\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc399_en.htm) [Consultado el 9 de septiembre de 2009]

- Fomentar la circulación transnacional de obras y productos artísticos y culturales.
- Favorecer el diálogo intercultural.

Por último, otra de las acciones llevadas a cabo en este ámbito es la de una Biblioteca Europea digitalizada donde se guarde todo el patrimonio cultural europeo y todos los ciudadanos puedan tener acceso a ello, una iniciativa fue muy impulsada en el año 2005 por la Presidencia Austriaca de la Unión Europea.

En cuanto a estas políticas, en su responsabilidad por llevarlas a cabo cada Estado Miembro decide cómo implantar las nuevas recomendaciones y directrices de la Unión en cuanto a cultura, así el Ministerio de Cultura de España diseña su marco de acción.

Para lograr estos objetivos, la Dirección General de Política e Industrias Culturales, a través de la Subdirección General de Cooperación Cultural Internacional, desarrolla las siguientes actuaciones:

- Preparar los Consejos de Ministros de Educación, Juventud y Cultura de la Unión Europea.
- Participar en los Comités de Asuntos Culturales.
- Colaborar con la Dirección General de Educación y Cultura de la Comisión Europea.
- Difundir la información de la Unión Europea en el ámbito de la cultura entre las distintas unidades del Ministerio de Cultura.
- Participar en la gestión del Programa Cultura 2007, representando al Departamento en el comité de gestión del programa.
- Seguimiento y difusión de las actividades e iniciativas que en materia de cultura llevan a cabo las instituciones de la Unión Europea, en particular la Comisión Europea y el Parlamento Europeo.<sup>83</sup>

Como se ha podido comprobar en el desarrollo de la Agenda Europea de Cultura, su proyección exterior aun está por desarrollar y puede decirse que las políticas presentándose como Unión Europea dirigidas a terceros países son nulas y ni la propia

---

<sup>83</sup>Sitio oficial del Ministerio de Cultura de España:  
<http://www.mcu.es/cooperacion/CE/Internacional/UnionEuropea.html> [Consultado el 9 de septiembre de 2009]

Comisión, encargada de dichos asuntos tiene diseñado un plan de acción para este efecto, aunque lo mencione y lo tenga en cuenta a la hora de reflexionar sobre la cultura en la Unión.

Esto puede deberse, quizás, a la necesidad de un proceso lento de integración, conocimiento y aceptación de la existencia de una identidad europea, una identidad, que hasta que no esté ampliamente forjada quizás no pueda ser proyectada al exterior o no aporte la seguridad necesaria a los Estados Miembros como para presentarse ante el mundo como un solo ente global producto de la unión en la diversidad.

Lo que sí queda ampliamente establecido en el diseño de todas las iniciativas y políticas culturales aquí mencionadas es que acabar con el factor y característica de la diversidad, terminaría por completo con la Unión en sí misma y haría crecer un euroescepticismo aun más acentuado acrecentando los miedos de los ciudadanos de los Estados miembros por perder su identidad nacional.

Por esta razón, el diseño de políticas culturales comunes hacia terceros supone un reto ampliamente complejo para el que quizás ni la Unión Europea ni sus miembros más antiguos estén preparados y teniendo en cuenta la necesidad de muchos países de reciente entrada para la reflexión de su propia identidad nacional, probablemente veamos pasar mucho tiempo hasta que la Unión Europea desarrolle una política cultural común fuerte y aceptada por los ciudadanos.

Los primeros pasos están dentro de la Unión y serán unos pasos decisivos para mejorar la situación de la UE tanto el proceso de integración como en el proceso de adopción del un tratado constitucional, y en ello interviene directamente, nos guste o no, el grado de identificación de los ciudadanos con el proyecto de la Unión Europea.

El proyecto de cooperación entre los distintos Institutos Culturales es otra de las Iniciativas de la Comisión en el ámbito de la cultura y que está directamente relacionada con la diplomacia cultural, la creación de EUNIC y su actividad suponen un avance más notable hacia una diplomacia cultural europea, seguidamente se profundiza en su caso.

### **4.3 La creación de EUNIC**

EUNIC (European Union National Institutes for Culture) es una forma de asociación de los distintos Institutos culturales existentes en la Unión Europea para mejorar y promover la diversidad cultural y el entendimiento entre las sociedades europeas a la vez que se potencia la cooperación cultural y el diálogo con terceros países fuera de la Unión.

Los miembros de esta asociación suelen ser instituciones que desarrollan actividades fuera de sus fronteras y que tienen un cierto grado de autonomía de sus gobiernos. A parte de la central de EUNIC existe una red de sedes nacionales que se encuentran en distintas ciudades de del mundo y de Europa.

EUNIC fue en origen lo que antes se llamaba CICEB (Consociatio Institutorum Culturalium Europaerum inter Belgas) y que aunaba a todos los institutos nacionales europeos de cultura presentes en Bruselas. Esta asociación tenía con principal objetivo la cooperación entre las instituciones y fue creada en 1999 como una organización no gubernamental y sin ánimo de lucro. Cuando el número de miembros alcanzó 12 se cambió el nombre de CICEB a EUNIC Brussels en el año 2006, en el que la institución empezó a operar bajo una red de sedes nacionales dentro de Europa y fuera de Europa aprovechando la coyuntura de muchos centros de cultura que tienen presencia fuera de Europa, así existen sedes de EUNIC como EUNIC Chile o EUNIC Nueva Delhi.

Aunque cada red de EUNIC posee unos proyectos propios a desarrollar en su área, se mueven en torno a unos objetivos básicos basados principalmente en una cooperación multilateral en materia de multilingüismo, diálogo intercultural, las migraciones y los Balcanes y la agenda cultural de la Unión Europea 2007-2013. En este marco de acción su actividad se centra en proteger y potenciar la herencia cultural europea en un ámbito diverso, una cuestión muy potenciada como pilar básico de la construcción cultural europea, desarrollando proyectos en el interés de la Unión Europea y sus miembros dentro y fuera de Europa.

El alma de la institución se basa en el multilateralismo desde dos puntos de vista. El primero y más tradicional es el de la unión de todos los miembros para conseguir objetivos comunes, pero complementado con el segundo punto de vista de esa misma unión para promover los valores y culturales individuales de los miembros de la

asociación con la ayuda de todos ellos a la vez que se proyecta la imagen de la unión en la diversidad y la diversidad de la unión. Dos términos que si pueden resultar contrarios son la esencia y la realidad de una Unión Europea diversa, multilingüe y multicultural.

EUNIC-Bruselas es quizás la sede que mayor actividad tenga por su historia y experiencia, a diferencia de otras sedes como la española que apenas tiene un año de historia, fue fundada en 2008 aunque empieza a ser más activa.

La sede española situada en Madrid, está dirigida principalmente por el Goethe Institut, como el gran promotor de esta institución en España. Las actividades EUNIC-España, por su historia y geografía están más encaminadas a la promoción de la cultura europea en África y América Latina. Así pues en EUNIC España se han unido diversas instituciones europeas que promueven proyectos que dan a conocer culturas de países que no tienen ninguna representación permanente en España. Los temas que más se desarrollan en nuestro país bajo EUNIC España abarcan el mundo de la traducción, el arte y la sostenibilidad y la creación de un espacio llamado la Ciudad Intercultural. Para saber más sobre los miembros que componen EUNIC España véase el anexo III.

Un ejemplo fuera de Europa de la actividad de EUNIC podría ser la sede establecida de Nueva Delhi, India, de la que también forma parte el Instituto Cervantes, y que se fundó en el año 2007 bajo la presidencia portuguesa de la Unión Europea. Algunas de las actividades que ha llevado a cabo EUNIC Nueva Delhi son el Primer Festival de Cine Europeo, ciclos de conferencias organizadas por los distintos institutos miembros, o la creación de unos estudios universitarios en lenguas extranjeras.

Dentro de la Unión Europea, una de las redes de EUNIC más activa es la de Berlín, que cuenta con la membresía de una gran cantidad de instituciones y lleva realizando su actividad desde el año 2003. Entre las actividades que se realizan en Berlín destacan aquellas dirigidas a la entrada en la Unión de los nuevos miembros de Europa del Este, premios al diseño en la moda, la promoción de la interculturalidad mediante el conocido concurso Alterego y un tema que ocupa la actualidad de esta época del año 2009 como es la caída del muro de Berlín y el transcurso de 20 años desde que esto ocurriera. Aprovechando este contexto, hace pocos días se ha hecho pública la concesión del Premio Príncipe de Asturias a esta ciudad.

Vistos algunos ejemplos de las actividades EUNIC, creada para la promoción cultural Europa dentro y fuera de sus fronteras, se puede concluir que la implicación de la Unión Europea en materia de cultura es cada vez mayor aunque avanza lentamente.

EUNIC es un gran proyecto, muy ambicioso y con unos objetivos marcados que podrían parecer muy idealistas, teniendo en cuenta que la cooperación entre este tipo de instituciones se ve ensombrecida por el interés lucrativo de conseguir matrículas en clases de lengua por ejemplo.

Además, los Institutos Culturales de pequeños países no se muestran muy interesados por el proyecto de EUNIC puesto que sus institutos son más pequeños, abarcan menos geografía y en la mayoría de los casos son mucho más jóvenes y con menos presupuesto y se ven abarcados por los antiguos y grandes institutos que tienen una imagen consolidada y son conocidos. En este aspecto cabría sugerir un protagonismo mayor de los pequeños países en este ámbito para dar a conocer sus culturas y valores que son desconocidos para los propios miembros de la Unión Europea.

La juventud de la institución de EUNIC también hace que sus proyectos no sean aun conocidos aunque también falta una forma de publicitar su actividad, ya que resulta un proyecto muy desconocido y del que apenas algunos expertos e interesados en la materia tienen conocimiento. La actividad de EUNIC es aún muy reducida, y en países como España apenas se deja ver y se encuentra bajo la sombra del Goethe Institut, incluso el diseño de su página web se corresponde con el diseño de la página web del mismo.

Cabría preguntarse pues, hasta qué punto es esta una asociación entre iguales, pero en este caso se deja ver claramente quién domina la asociación, lo que no significa necesariamente una imposición de poder por su parte, pero sí podría significar una falta de interés por parte del resto de miembros de la sede nacional en España.

Con todo, el proyecto EUNIC puede suponer un gran comienzo para forjar esa identidad europea que según algunos es necesaria para la integración europea y para ayudar a difundir una imagen exterior de una Unión Europea unida en la diversidad pero enriquecida con una amplia diversidad en su unión. La necesidad de preservar esa diversidad en un mundo globalizado, invita a reflexionar sobre la relevancia de la diplomacia cultural europea en la realidad global de nuestros días, tanto para hacerse

notar en el mundo, como para preservar cada una de las culturas que conforman la Unión Europea.

#### **4.4 La diplomacia cultural europea en la globalización**

Ya se ha visto como la Unión Europea ha empezado a reflexionar sobre la necesidad de establecer un marco de acción hacia el exterior en materia de cultura y presentándose como Unión Europea para contribuir a un mejor desarrollo de las relaciones internacionales.

Lo cierto es que no existe todavía una diplomacia cultural europea propiamente dicha, sino pequeñas iniciativas que van surgiendo poco a poco y que pueden ser definidas como acciones de diplomacia cultural, un ejemplo sería el proyecto de EUNIC.

Casi todos los Estados Miembros siguen una línea de diplomacia cultural, sobre todo a través de sus institutos nacionales de cultura y de sus proyectos de promoción de la lengua y cultura nacionales a través de las embajadas en los distintos países, organizando actividades de promoción cultural, etc.

Veinte años después de la caída del Muro de Berlín y tras él de la Unión Soviética, el debate dentro de la teoría de las relaciones internacionales ha estado centrado en definir el escenario internacional y los actores que lo configuran<sup>84</sup>, así de estar inmersos en un espacio claramente bipolar, la situación de hoy día no acaba de aclararse y los matices son muchos y varios. Algunos lo definen como multipolar<sup>85</sup>, otros como apolar<sup>86</sup> y otros consideran que seguimos en ese mundo bipolar<sup>87</sup>, quizás con un cambio de actores. Lo que sí parece claro es que nos encontramos en un mundo claramente globalizado e interdependiente.

El papel de la Unión Europea está aún por definir en este mundo globalizado, pero lo que sí parece claro es que en tanto que vivimos en una creciente interdependencia parece necesario cooperar con los países cercanos que tengan intereses comunes, y

---

<sup>84</sup> SANAHUJA, J.A. (2008) “¿Un mundo unipolar, multipolar o apolar? La naturaleza y la distribución del poder en la Sociedad Internacional?” *Cursos de derecho internacional y relaciones internacionales de Vitoria-Gasteiz 2007*. Bilbao, Universidad del País Vasco, pp. 293-379.

<sup>85</sup> AGUIRRE, M.(2009) “Un mundo en cambio, ¿hacia el multipolarismo?” *FRIDE* nº 170, pp. 23-26

<sup>86</sup> FERGUSON, N (2004) “A World Without Power” *Foreign Policy* nº Julio/Agosto 2004,.

<sup>87</sup> COHEN, R.(2006) “The new bipolar world China vs. América”, *International Herald Tribune* nº 22-11-2006 .

cuanto más fuerte y numerosa sea esa defensa, se tienen más posibilidades de conseguir lo que se fija.

Por esta razón, es probable que si la Unión Europea quiere ser un actor global en la escena internacional deberá aunar políticas y fuerzas que fortalezcan esa visión ante el mundo para que pueda ser parte de la toma de decisiones a nivel mundial.

Lo que parece necesario para ser un actor global es forjarse una imagen externa, y esa imagen externa deberá ser la de un conjunto de países diversos unidos y dispuestos a cooperar los unos con los otros para presentarse con una única opinión ante el mundo.

De cualquier manera, esta visión de la Unión Europea parece hoy por hoy un tanto idílica, en tanto que aún es un organismo joven al que se van incorporando nuevos países que tienen que pasar por un proceso de adaptación, tanto sus administraciones e instituciones como sus ciudadanos. El proceso de integración no ha concluido y aun hay muchos países esperando en la cola de entrada de la Unión Europea, países que necesitarán su tiempo para forjar esa nueva identidad europea para que se produzca una verdadera integración.

Además, la Unión Europea pasa por momentos difíciles en la actualidad, momentos de crisis donde muchos países se cierran a sí mismos para reflexionar sobre sus propios problemas y poner sus soluciones, un momento en el que nadie piensa en la Unión Europea si no en solucionar los problemas nacionales y así se ha visto en las últimas elecciones europeas, donde las campañas electorales han estado centradas en los problemas nacionales y se han convertido en sondeos de la opinión pública para los partidos políticos nacionales.

De cualquier manera, la Unión Europea va dando pequeños pasos hacia la proyección exterior de unión más fuerte siempre respetando sus valores, veremos en un futuro próximo si la Unión es capaz de salir de su propia crisis y de si los pasos que se han ido dando hasta ahora nos llevarán a que no sólo terceros países nos vean como un único ente, si no a que todos los ciudadanos se sientan cercanos a sus convecinos y vena en la Unión Europea una institución que los representa ante el mundo con tanta fuerza o más de lo que lo hacen sus propias instituciones nacionales.



## 5 Conclusiones

La cultura es hoy más accesible que nunca a los ciudadanos del mundo y especialmente a los europeos. Parece estar ganando más importancia dentro de las consideraciones políticas internacionales y dentro de las propias políticas básicas de todos los países del mundo y ya no queda solamente reservada al tiempo libre o a una buena conversación con un amigo en una de esas tantas cafeterías europeas llenas de intelectuales donde se forjaron las ideas de occidente, como ya señalaba Steiner.

La cultura enriquece el alma del ser humano y nos identifica como parte de una forma de vida, unas costumbres y tradiciones que se han ido preservando y evolucionando a lo largo de los siglos y que de alguna manera imprimen nuestro carácter y modo de pensar, nos hacen personas y nos identifican con un modo de comunicación, una lengua que evoluciona y permanece en el tiempo. La historia como parte de la cultura supone un factor de primerísima importancia que nos invita y ayuda a reflexionar sobre los errores del pasado para que no ocurran en el futuro. En todo esto descansa parte esencial de las naciones europeas tal y como las conocemos hoy en día.

La diplomacia cultural es hoy día un factor necesario para cualquier país en un mundo globalizado donde la opinión pública es realmente importante y por el que resultan necesarios los esfuerzos por exportar una imagen positiva de los países o las regiones, ya que esta imagen permitirá que las economías y políticas de los distintos países evolucionen. Si tenemos en cuenta la gran actividad exportadora de los países de la Unión Europea resulta aún más importante.

En el caso concreto de España, la diplomacia cultural tiene mucha relevancia en la estrategia de política exterior, no sólo ya por la labor del Instituto Cervantes, sino también a través de la red de casas creada para promover el intercambio cultural (Casa Asia, Casa África, Casa Árabe...) y por la participación en distintos proyectos que ya han sido comentados al inicio del trabajo, lo que contribuye a desarrollar una imagen positiva de España y a aumentar su influencia en el exterior, se puede concluir que tiene unos efectos positivos para el país.

No obstante, para poder transmitir esta imagen del país, primero es necesario que la opinión pública tenga una percepción del mismo, y es aquí donde entra la diplomacia cultural, mediante la promoción de la cultura y sus manifestaciones artísticas fuera de la

Unión así como la de sus lenguas. Es una forma de diplomacia pública, donde se ve claramente la influencia que se trata de crear entre los receptores de esta forma de la diplomacia dirigida a todos los individuos.

A la hora de reflexionar sobre esta cuestión de la diplomacia cultural y la marca país se podría entender como un obstáculo para una imagen de marca de la Unión Europea que algunos países que tienen ya una imagen de marca país muy elaborada y positiva no estén interesados en este tipo de políticas, puesto que perderían mercado, podría darse el caso de que un país como Alemania no se viera beneficiado por una política de este tipo. Sin embargo, otros países que no tienen construida una imagen de marca o la que poseen no es muy positiva sí que podrían aprovechar esta coyuntura.

Una de las formas de diplomacia cultural más conocidas que existen en Europa y que podría considerarse poder blando es el programa Erasmus, donde los estudiantes que tienen la oportunidad de estudiar en otro país de la Unión desarrollan una sensibilidad e interés especial, o podría casi decirse una forma de cariño por el país en el que quizá tuvieron una de las mejores experiencias de su vida. De esta forma se encaminan también las becas del programa Fulbright o incluso las becas que la AECID española concede a estudiantes extranjeros, especialmente latinoamericanos, para estudiar y vivir en España

Se trata, pues, de programas de formación con el objetivo claro de que estos estudiantes de regreso en su país hayan desarrollado una sensibilidad especial y una buena imagen del país que les ha concedido dicha oportunidad con vistas a que un futuro, estos estudiantes sean un contacto y aliado del país en cuestión, por ejemplo a la hora de elegir entre productos de dos países diferentes, servicios o empresas. Al fin y al cabo es una construcción de redes de contacto por todo el mundo que de una manera u otra acaba influyendo de manera importante en las actuaciones de los países de una forma indirecta y de una forma directa en las de los individuos.

Las manifestaciones artísticas derivadas de la cultura van teniendo hoy en día una importancia económica cada vez mayor, teniendo en cuenta que son cada vez más las empresas que utilizan la cultura como forma de negocio, desde las academias de idiomas, las editoriales o las discográficas a empresas de alimentación de productos autóctonos que se consideran parte de la cultura, por ejemplo un queso elaborado de una forma artesanal propia de una región del país, como podría ser un queso de cabrales a

un licor de una fruta que sólo existe en una región específica del mundo y que se erige como símbolo nacional, el caso del licor de la región escandinava de una baya que ni siquiera tiene una traducción al español porque es una realidad que no existe.

Las industrias culturales europeas son un gran valor añadido basado en una innovación y creatividad continua que les permite evolucionar, a la vez que contribuyen a la difusión de las culturas de los países objeto de su actividad. De la diplomacia cultural podría incluso decirse que los propios ciudadanos son mensajeros y embajadores con su sola presencia e intercambio cultural cuando salen de sus países cualesquiera sean sus fines.

El valor que aportan los institutos nacionales de cultura, en otro tiempo relegados a una función casi exclusiva de la enseñanza de una lengua en el extranjero, es cada vez más apreciado y valorado. Lo que una vez en Francia nació como instrumento para la francfonización de sus colonias ha pasado a ser un gran tesoro nacional en la lucha por promover la lengua y la cultura y darse a conocer. Estos centros suponen en muchos casos el único acceso de personas interesadas en un país a su lengua y a su cultura, se trata de verdaderas embajadas culturales en el exterior, y que desarrollan labores muy importantes, tanto de promoción como de hermanamiento con las culturas de los países donde se encuentran, favoreciendo el conocimiento entre ambas culturas.

Durante los últimos años ha habido en Europa una proliferación de este tipo de centros en casi todos los países que conforman la Unión de hoy, apenas hay alguno que no cuente con una institución parecida por desconocida que pueda parecer. La mayoría de las instituciones dependen de los Ministerios de Asuntos Exteriores respectivos, lo que pone de manifiesto la primacía de un componente de diplomacia que, en este caso se basa en la cultura, sobre la primacía de una acción exclusivamente cultural sin más fin que el de la cultura por la cultura.

Cabe destacar la relevancia en el caso de España teniendo en cuenta las disputas entre ambos ministerios para decidir a cuál de ellos debería corresponder el Instituto Cervantes, cuya batalla ha sido ganada al final por el Ministerio de Asuntos Exteriores.

Así pues, teniendo en cuenta la importancia que los estados miembros están empezando a dar a la cultura y en un ámbito de crisis institucional dentro de la Unión Europea, la reflexión sobre las necesidades de una diplomacia cultural europea supone un gran

acierto para el desarrollo adecuado de una integración europea. La cultura como base de la integración europea, la diversidad para la unificación y la unidad para la diversidad, es uno de los conceptos claves y más claros sobre los que se fundamenta la cuestión de la cultura en la Unión Europea.

Sin embargo para poder unificar una diplomacia cultural europea común sería necesario poder definir qué se entiende por cultura europea dentro de la propia Unión. En mi opinión la cultura europea existía mucho antes de que se creara una unión con fines económicos y esta base cultural inicial es la que ha permitido una correcta evolución y desarrollo del resto de políticas comunitarias desde la base de su construcción. Ese entendimiento es lo que ha hecho posible la creación y supervivencia de la Unión Europea.

A la hora de definir qué es cultura europea con el objetivo de llevar a cabo una política cultural en consecuencia se puede atender a muchos niveles y no tiene porque ser un concepto limitado con barreras complejas si no un conjunto de valores, historias, creencias y tradiciones comunes junto con las peculiaridades de cada país y las expresiones artísticas de las anteriores.

No debería tratarse solamente de aquellas cosas que tenemos en común, sino también de todas aquellas que nos hacen algo diferentes a los demás pueblos europeos, porque es en ese punto donde se encuentra la diversidad y es sobre la diversidad cultural donde se funda la Unión Europea. Tratar de suprimir manifestaciones artísticas o limitarlas solamente a un espacio común, acabaría completamente con la filosofía de la institución y probablemente con ella al completo con el paso del tiempo. La cultura europea se funda sobre la base del respeto por la diferencia y el enriquecimiento en esa diferencia.

La cuestión de la cultura europea hace inevitable la reflexión reflexionar acerca de la identidad europea. Este es quizás el tema más complejo y tiene sus consecuencias negativas y positivas siempre dependiendo de cómo se cree esa identidad y del grado de importancia que se le quiera atribuir en contraposición a la identidad nacional.

Lo que parece claro es que para que la Unión Europea evolucione se necesitan llevar a cabo unos cambios que sin un grado mínimo de identificación con la Unión Europea no pueden ser posibles, sin embargo estos cambios si parecen necesarios y serios y se trata

del ámbito institucional de la Unión. Además, la integración en sí misma exige también un cierto grado de identificación.

Lo que de ninguna manera sería aceptable es la imposición de una identidad europea sobre la identidad nacional, porque una vez más se atentaría contra el principio de la diversidad, se trata de encontrar ese equilibrio perfecto, que para unos países será menos difícil que para otros sin perder nunca de vista el contexto de cada país a este respecto, las democracias más jóvenes y de reciente entrada necesitan pasar por un proceso que los viejos lobos de la Unión pasaron décadas atrás. Otros países se enfrentan a problemas de nacionalismo dentro de su propio territorio, como es el caso de España y es difícil aventurar si la solución a un problema de este tipo pasaría por forjar una identidad europea directamente desde la identidad regional.

Parece evidente que los países no están dispuestos a dar su brazo a torcer en esta cuestión, y quizás no deberían estarlo, es difícil sentirse cercano a pueblos geográficamente lejanos, si pensamos en la adhesión de países como Turquía e Islandia por ejemplo, geográficamente hablando serían las antípodas uno del otro.

En definitiva, para forjar una identidad europea todavía necesitamos mucho tiempo y un largo camino de acercamiento entre culturas donde se fomente el diálogo el conocimiento y el intercambio y en el que los ciudadanos se sientan unos cerca de los otros además de una participación más activa de la ciudadanía, para contrarrestar el creciente euroescepticismo que estamos viviendo durante los últimos años y que hoy día se hace presente en el parlamento europeo.

La Comisión Europea ha empezado a advertir y a reflexionar sobre la falta de políticas culturales dentro de la Unión y a diseñar iniciativas. En cuanto a los proyectos llevados a cabo desde el punto de vista de la financiación de la ayuda al desarrollo, se puede concluir que aquello implica directamente a la cultura como proyectos de reconstrucción del patrimonio histórico o la financiación de proyectos culturales para directores de cine, no implica directamente a la cultura de la Unión propiamente dicha, si no que contribuye a proyectar una imagen positiva de una UE preocupada por la cultura y la conservación de la diversidad fuera de su territorio.

Por lo tanto, aunque este modo de acción sea importante, necesario y muy relevante para los países receptores de esta ayuda, no supone un gran avance en cuanto a lo que a política cultural europea se refiere.

La acción exterior es un tipo de política propiamente de la Unión, que podría bien llamarse diplomacia cultural pero que aún está por desarrollar. Con la mirada puesta en llegar al punto donde diseñar políticas comunitarias en materia de cultura no suponga un gran reto para poner de acuerdo a cada Estado Miembro, se ha empezado un largo camino basado en primer lugar en acercar a los ciudadanos europeos entre sí, mediante iniciativas como la movilidad de artistas, el diálogo intercultural, la promoción del multilingüismo y la innovación, diversos concursos a nivel de colegios o la creación de una biblioteca digital europea desde la que los ciudadanos europeos puedan acercarse a sus vecinos.

Las pocas iniciativas existentes y el desconocimiento de su existencia hacen que el proyecto se perciba como algo no del todo definido y abocado a quedarse en agua de borrajas. A este respecto, la Comisión debería ser más tajante y fomentar de una manera más activa que los Estados Miembros se impliquen de una forma mucho más exhaustiva en el ámbito de la cultura. Si los gobiernos de los Estados Miembros no quieren entender de la importancia de esta cuestión, sus ciudadanos tampoco lo harán y por ello es muy necesario que haya un cierto grado de unanimidad, sin perder nunca de vista el respeto por la diversidad cultural.

En lo que la Comisión Europea sí ha visto una buena herramienta de diplomacia cultural, como ya habían visto antes los propios estados nacionales, es en los institutos nacionales de cultura para proyectar la cultura europea en el exterior mediante la creación de EUNIC con el objetivo de potenciar una cooperación multilateral entre los distintos centros y estableciendo sedes nacionales dentro de Europa y en distintas regiones del mundo. Este proyecto es aún muy joven e inexperto, apenas conocido y podría decirse que con muy poca relevancia. Además, la cooperación entre las instituciones es complicada debido a los intereses lucrativos que esto supone y la diferencia de público interesado en una lengua u otra, simplemente si tenemos en cuenta el factor práctico muchas lenguas minoritarias salen perdiendo en esta cuestión.

Con todo, EUNIC, es en mi opinión una gran idea de proyecto de acción exterior hacia terceros, con una forma multilateral de cooperación y con un método de promoción de

la cultura europea en la diversidad, sin absorber culturas e identidades y con el propósito no siempre fácil de ayudar a promover las culturas más minoritarias y menos conocidas con la ayuda del resto de miembros de la asociación.

El gran defecto de EUNIC es que no parece muy equilibrado en cuanto a sus miembros, ya que los presupuestos son claramente diferentes y los grandes centros parecen tener mucho más peso e influencia que los pequeños, aunque esto refleja sin lugar a dudas la rutina de la UE en su proceso de toma de decisiones donde los viejos lobos tienen mucho más peso e influencia.

Las iniciativas van aflorando pero no se vislumbra aun un camino claro y definido en este aspecto, es un paso adelante el que se comience a ver la necesidad de incluir la cultura como un aspecto claramente importante dentro de la Unión, pero se han de hacer muchos más esfuerzos a este respecto e invertir mucho más presupuesto en las iniciativas de política cultural, puesto que de unos resultados satisfactorios de la política cultural pueden beneficiarse la mayoría de políticas básicas de la Unión con una mayor aceptación e identificación con la institución en sí misma.

Con respecto al ámbito de la UE como un actor global dentro del sistema internacional y la necesidad de presentarse como un ente unido para tener éxito en las relaciones internacionales, la cultura vuelve a jugar uno de los papeles más importantes, quizás sólo después del de los intereses propiamente dichos.

Una diplomacia cultural europea que promueva los valores, culturas y lenguas europeas es un factor fundamental a tener en cuenta para que la UE sea considerada en su proyección exterior como un ente unido que se respeta y no absorbe las culturas y que de la misma manera que valora la diversidad dentro de sus fronteras lo hará fuera a la hora de negociar en el ámbito internacional.

Es importante para todos los países de la UE que en el mundo globalizado que vivimos hoy en día tengamos una institución supranacional que nos aúne para defender con una voz más fuerte nuestros intereses y que evite que esa misma globalización acabe con las identidades diversas de cada región o estado que conforma la Unión.

La creación de símbolos como la bandera europea o su himno han sido bastante satisfactorios en cuanto a su difusión y conocimiento, pero a la Unión Europea aun le

faltan crear herramientas sencillas de este tipo para hacerse oír dentro y fuera de Europa.

Teniendo en cuenta la importancia de la opinión pública y con ella la de los medios de comunicación, iniciativas para establecer emisoras de radios que informen sobre la UE o televisiones serían un buen. Dichos medios deberían ser accesibles en todos los idiomas de la UE y promocionarse fuera de sus fronteras. Muchas cadenas de televisión internacionales como la Deutsche Welle o France 24 incluyen parte de su programación en lengua inglesa y tienen secciones dedicadas exclusivamente a asuntos europeos y a la promoción de otras culturas distintas de la alemana o de la francesa.

Iniciativas de este tipo en las televisiones internacionales de los distintos países contribuirían también a crear una imagen de la UE más fuerte y a promover su diversidad cultural.

Otro tipo de medidas como incentivar a los periódicos nacionales a incluir los asuntos de la Unión Europea en la sección de noticias nacionales contribuiría a que los ciudadanos europeos percibieran a la UE de una forma más cercana en su rutina diaria.

Lo que a modo de conclusión es esencial en este aspecto, es adquirir consciencia de la importancia de los medios de comunicación, que influyen muy directamente en la opinión pública y aprovechar esa capacidad para llegar a todos los ciudadanos que para acercar la UE a los europeos y a los no europeos.

Los programas de intercambio entre estudiantes de colegios e institutos europeos, así como de universidades y profesores son también una gran iniciativa que quizás debiera estar mejor financiada para poder llegar a todas las clases sociales y para poder compensar el desfase económico entre unos y otros países, sobre todo, de los países cuyo nivel de vida es más bajo y no pueden permitirse una forma de vida similar en un país con un nivel de vida más alto.

El proyecto de la Unión Europea es uno de los más ambiciosos que hay en el mundo y uno de los pocos que ha sobrevivido en el contexto de movimientos pan. Su estado es el más avanzado y pretende seguir avanzando en un proceso de adopción de una constitución, un proceso que como ya se ha comentado no parece cuajar del todo.



Las dudas y reticencias que plantea el proyecto vienen en gran parte motivadas por un desconocimiento de la UE por parte de los ciudadanos, por su complejidad como institución pero también por una falta de presencia de los asuntos europeos en los parlamentos nacionales, que en el último año han estado se han tratado si cabe aun menos debido a las causas de la crisis económica actual.

La diplomacia cultural puede ser por tanto, una vía de escape y una solución a muchos de los problemas existentes hoy día en la UE. Una correcta política cultural que a la vez acerque a los ciudadanos para que se sientan miembros de un mismo proyecto, previene oleadas de racismo y xenofobia en tiempos de crisis, oleadas de xenofobia que hemos podido comprobar se han dado en muchos países en contra, tanto del resto de ciudadanos europeos como de los inmigrantes procedentes de terceros países.

Así pues, el primer paso comienza dentro de nuestras fronteras y hacia nuestros vecinos europeos y una vez se haya conseguido superar las barreras en ese aspecto se deberá potenciar la UE fuera de Europa, para este fin la diplomacia cultural supone definitivamente una herramienta fundamental.

La cuestión más importante en cuanto a la diplomacia cultural europea se centra en una misma idea que se ha repetido muchas veces durante el trabajo y desde el principio del mismo. Esa idea es la que nos recuerda una y otra vez que la base de Europa se encuentra en la diversidad y que esa diversidad debe ser nuestros instrumentos para conseguir una Europa más unida caracterizada en la diferencia, donde se reconoce lo peculiar y se premia la innovación.

La diversidad es lo que la Unión Europea no podrá descuidar a la hora de construir su camino y sus políticas cualesquiera que sean, porque la cultura está presente en cada ámbito de la vida de las personas y de la política, la construcción del proyecto europeo radica en la capacidad de entendimiento y de poder respetar las peculiaridades de unos y otros países.

En definitiva, la consecución de una diplomacia cultural europea fuerte y unas políticas culturales definidas serán síntoma en un futuro de una Unión Europea, reforzada, creíble y que tiene en cuenta a todos y cada uno de sus ciudadanos, los cuales son conscientes de su funcionamiento y de su razón de ser.

La diplomacia cultural supone por tanto, una estrategia novedosa para la política exterior europea a tener en consideración para afrontar los nuevos desafíos de la realidad internacional a modo de apoyo y complemento a otras políticas que se desarrollen en este ámbito.

## 6 Anexos

### 6.1 Identidad simbólica<sup>88</sup>

**Tabla1: Conocimiento de la bandera europea**

<b>% Conocimiento de la bandera europea</b>	
<b>Si</b>	90,3%
<b>No</b>	7,7%

**Tabla 2. Significado de la bandera europea**

<b>% Significado de la bandera europea</b>	
<b>Si, Europa UE, Comunidad Económica...</b>	83,5%
<b>Si, otro</b>	2,5%
<b>No</b>	1,9%
<b>Nc</b>	2,5%
<b>Total</b>	90,3%

---

<sup>88</sup> SANTACREU, O.; ALBERT, M.C. (2004), "Las dimensiones de la identidad europea", *Pioneur Working Paper*, n° 8, pp. 1–43 pp. 13, 14, 17.

**Tabla 3. Conocimiento de la bandera Europea por países**

	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>Nc</b>
<b>Bélgica</b>	93,5%	5,6%	,9%
<b>Dinamarca</b>	97,5%	2,0%	,5%
<b>Alemania del Oeste</b>	90,9%	6,6%	2,6%
<b>Grecia</b>	87,7%	12,0%	,3%
<b>Italia</b>	91,2%	5,1%	3,7%
<b>España</b>	93,8%	5,6%	,6%
<b>Francia</b>	91,2%	7,7%	1,1%
<b>Irlanda</b>	86,1%	11,3%	2,6%
<b>Luxemburgo</b>	98,3%	,8%	,8%
<b>Holanda</b>	93,0%	6,4%	,6 %
<b>Portugal</b>	86,6%	9,2%	}4,2%
<b>Reino Unido</b>	73,0%	23,2%	3,8%
<b>Alemania del Este</b>	86,7%	9,6%	3,6%
<b>Finlandia</b>	95,1%	3,3%	1,7%
<b>Suecia</b>	95,7%	2,4%	1,9%
<b>Austria</b>	92,7%	4,1%	3,3%

**Tabla 4. Grado de acuerdo o desacuerdo con las afirmaciones: “La bandera Europea como un buen símbolo” y “Me identifico con la bandera Europea”**

	Bandera europea como buen símbolo		Identificación con la bandera Europea	
	Acuerdo	Desacuerdo	Acuerdo	Desacuerdo
<b>Bélgica</b>	85,2%	82,2%	36,4%	49,3%
<b>Dinamarca</b>	76,5%	15,8%	43,0%	46,9%
<b>Alemania del Oeste</b>	82,9%	4,8%	44,4%	32,0%
<b>Grecia</b>	80,5%	9,9%	38,9%	52,6%
<b>Italia</b>	87,0%	3,8%	62,2%	24,3%
<b>España</b>	80,7%	5,4%	47,6%	33,8%
<b>Francia</b>	84,3%	8,8%	33,8%	55,7%
<b>Irlanda</b>	84,8%	3,9%	61,6%	21,8%
<b>Luxemburgo</b>	92,8%	5,3%	60,8%	31,3%
<b>Holanda</b>	82,8%	9,1%	22,8%	63,4%
<b>Portugal</b>	76,6%	8,2%	54,0%	30,9%
<b>Reino Unido</b>	63,9%	16,9%	34,7%	46,4%
<b>Alemania del Este</b>	79,6%	5,4%	46,1%	24,1%
<b>Finlandia</b>	80,8%	10,5%	28,2%	60,0%
<b>Suecia</b>	79,9%	13,6%	29,3%	61,8%
<b>Austria</b>	81,3%	7,0%	43,6%	37,9%

## 6.2 Identidad espacial<sup>89</sup>

**Tabla 5. Adhesión al ámbito nacional**

<b>Adhesión al país (nacional)</b>	<b>Muy adherido</b>	<b>Bastante adherido</b>	<b>No muy adherido</b>	<b>Nada adherido</b>	<b>Nc</b>
<b>Bélgica</b>	39,6%	45,·%	11,4%	3,1%	,6%
<b>Dinamarca</b>	76,9%	20,3%	2,3%	,3%	,2%
<b>Alemania del Oeste</b>	42,1%	47,2%	8,7%	1,5%	,5%
<b>Grecia</b>	78,1%	18,1%	3,4%	,4%	
<b>Italia</b>	57,9%	36,0%	5,1%	,8%	,3%
<b>España</b>	39,5%	41,0%	12,8%	6,1%	,6%
<b>Francia</b>	55,0%	37,4%	4,6%	2,4%	,7%
<b>Irlanda</b>	69,9%	26,4%	3,1%	,1%	,6%
<b>Luxemburgo</b>	57,8%	35,5%	5,2%	1,5%	
<b>Holanda</b>	42,0%	39,5%	16,5%	2,0%	,1%
<b>Portugal</b>	62,0%	34,8%	2,7%	,3%	,2%
<b>Reino Unido</b>	46,9%	40,0%	10,4%	2,4%	,3%
<b>Alemania del Este</b>	38,1%	50,8%	9,1%	1,0%	1,1%
<b>Finlandia</b>	65,9%	30,5%	3,0%	,2%	,4%
<b>Suecia</b>	67,5%	27,8%	3,8%	,8%	,1%
<b>Austria</b>	59,1%	32,0%	7,4%	,5%	1,0%

<sup>89</sup> Ibid pp 28, 29.

**Tabla 6. Adhesión al ámbito europeo**

<b>Adhesión al país (europeo)</b>	<b>Muy adherido</b>	<b>Bastante adherido</b>	<b>No muy adherido</b>	<b>Nada adherido</b>	<b>Nc</b>
<b>Bélgica</b>	10,0%	39,3%	35,5%	12,5%	2,6%
<b>Dinamarca</b>	8,9%	36,9%	37,8%	14,9%	1,5%
<b>Alemania del Oeste</b>	11,3%	35,9%	37,6%	11,2%	4,0%
<b>Grecia</b>	7,4%	29,9%	41,7%	19,8%	1,2%
<b>Italia</b>	14,2%	47,1%	29,4%	7,3%	2,0%
<b>España</b>	10,5%	33,1%	38,0%	16,3%	2,1%
<b>Francia</b>	13,0%	40,0%	30,6%	15,5%	1,8%
<b>Irlanda</b>	13,7%	35,9%	32,4%	13,7%	4,3%
<b>Luxemburgo</b>	29,2%	46,5%	18,7%	4,5%	1,2%
<b>Holanda</b>	5,4%	22,9%	45,7%	23,7%	2,3%
<b>Portugal</b>	12,4%	34,2%	37,2%	14,4%	1,8%
<b>Reino Unido</b>	5,0%	22,3%	34,7%	33,0%	4,9%
<b>Alemania del Este</b>	6,4%	35,1%	39,5%	12,1%	6,9%
<b>Finlandia</b>	2,3%	22,5%	52,0%	20,9%	2,3%
<b>Suecia</b>	6,3%	27,5%	41,9%	22,3%	2,0%
<b>Austria</b>	14,1%	34,3%	36,7%	11,6%	3,4%

### **6.3 Entrevista a D. Fernando Gómez Riesco, Subdirector General de Cooperación Cultural Internacional del Ministerio de Cultura**

Durante la entrevista personal que mantuve con D. Fernando Gómez Riesco hablamos sobre la cultura dentro de la Unión Europea y él mencionó dos causas principales por las que la cultura es una competencia de apoyo a las de los Estados Miembros. En primer lugar porque cada uno de los estados realiza su propia política en este ámbito y la UE solo aporta un valor añadido, y en segundo lugar porque el procedimiento legislativo de la Unión es poco favorable al desarrollo de políticas culturales.

El Sr. López Riesgo también señaló que la acción cultural exterior es una iniciativa reciente y se encamina por dos cauces. El primer cauce es el de la cooperación al desarrollo en proyectos fundamentalmente dirigidos a la restauración del patrimonio, y el segundo cauce sería el de la acción cultural propiamente dicha. En cuanto a este segundo cauce apuntó que no existe un instrumento determinado para desarrollarla y que el qué, el cómo y el dónde de esa política no está claramente definidos. Además hizo hincapié que en que estas iniciativas están sujetas también a una serie de acuerdos internacionales dentro de organismos internacionales como la OMC, la OMPI o la UNESCO.

Sobre los institutos culturales, el Sr. López Riesco apuntaba que son una manera de externalizar la acción cultural si bien es cierto que presentan muchas dificultades para coordinarse entre sí, ya que no se trata de una acción entre iguales y solamente es viable con el primer mundo, un campo de acción restringido. La cooperación en su opinión sólo se da en el ámbito transatlántico y con Japón.

Los acuerdos internacionales que la Comisión Europea ha firmado en materia de cultura también ocuparon parte de la entrevista. Sobre los acuerdos firmados con la OMC destaca el comercio de servicios, pero las industrias culturales aun están protegidas y no entran en este ámbito. Con la UNESCO, se ha firmado la Convención sobre diversidad y protección de las expresiones culturales, un acuerdo que ha tenido mucha relevancia internacional. En este acuerdo señalaba la importancia del artículo 20 que supone, de acuerdo con Gómez Riesco un instrumento muy útil para los acuerdos de cooperación de la UE con terceros puesto que se trasladan automáticamente los principios de esta convención.

Por último, el Sr. Gómez Riesco señaló la necesidad de la cultura para la construcción y la integración europeas. Para este fin, se ha de forjar una identidad cultural europea, en



primer lugar proyectando la UE en el exterior a través de sus industrias culturales y en segundo lugar formando a los ciudadanos en que existe una identidad cultural europea. Para concluir, el Sr. Gómez Riesco hizo un apunte sobre la labor de EUNIC, señalando su poca relevancia actual, las dificultades para cooperar entre institutos debido a conflictos de interés y las reticencias de los países más pequeños por su poca importancia dentro de la asociación.

## 6.4 Miembros de EUNIC España



**Alliance Française España**  
C/Marqués de la Enseñada, 10  
28004 Madrid



**British Council**  
Paseo del General Martínez  
Campos, 31  
28010 Madrid



**Centro Checo Madrid**  
Avda. Pio XII, 22-24  
28016 Madrid



**Embajada del Reino de los Países Bajos**  
Avda. Comandante Franco, 32  
28016 Madrid



**Foro Cultural de Austria**  
Paseo de la Castellana, 91  
28046 Madrid



**Goethe-Institut España**  
Zurbarán, 21  
28010 Madrid



**Institut Français de Madrid**  
C/Marqués de la Enseñada, 10  
28004 Madrid



**Instituto Cultural Rumano de Madrid**  
C/Marqués de Urquijo 47,1-Dcha.  
28008 Madrid

**Instituto Iberoamericano de Finlandia**  
C/General Arrando, 5  
28010 Madrid



**Instituto Italiano de Cultura Madrid**  
C/ Mayor, 86  
28013 Madrid



**Instituto Polaco de Cultura**  
c/Felipe IV, 12, bajo A  
28014 Madrid

## Bibliografía

AGUIRRE, M.(2009) “Un mundo en cambio, ¿hacia el multipolarismo?” *FRIDE* nº 170, pp. 23-26

BBC (2008), "Global Views of USA Improve", *BBC World Service Poll*.

COHEN, R.(2006)” The new bipolar world China vs. America”, *International Herald Tribune* nº 22-11-2006.

DELANTY, G. (1998), "Social Theory and European Transformation: is there a European Society?", *Sociological Research Online*, nº 3, p. 1.

EUROPEAN COMMISSION (2007), "Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The Economic and Social Committee and the Committee of the Regions", *Commission of the European Communities*, COM242, pp. 1–15.

FAUCONNIER, P. (2008), "L'étonnant miracle de l'Alliance française", *Le Nouvel Observateur*, nº 2265, pp. 10–11.

FERGUSON, N (2004) “A World Without Power” *Foreign Policy*, nº Julio/Agosto 2004

FUTURE BRAND (2008), *Country Brand Index 2008*

GARCÍA DELGADO, J.L.(2008) "Sobre el valor económico del español" *Anales de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas*, nº 85 pp. 601-610

GIENOW-HECHT, J.C. (sin publicar), *What Are We Searching For? Culture, Diplomacy, Agents and the State*, Berlin, Institute for Cultural Diplomacy.

GIENOW-HECHT, J.C.; DONFRIED, M. (sin publicar), *The Model of Cultural Diplomacy: power, Distance and the Promise of Civil Society*, Berlin, Institute for Cultural Diplomacy.

GIRARD, R. (2006), *Los orígenes de la cultura*, 1ª edición, Madrid, Trotta.

HABERMAS, J. (1996). “The European Nation State. Its Achievements and Its Limitations. On the Past and Future of Sovereignty and Citizenship” *Ratio Juris*, nº 9.

HABERMAS, J.; DERRIDA, J. (04-06-2003), "Europa: en defensa de una política exterior común", *El País*, pp. 1–6.

- HELD, D. (1995), *La democracia y el orden global*, 1ª edición, Barcelona, Paidós Ibérica.
- HERDER, J.G.(1773) *Ensayos sobre el estilo y arte alemanes*
- HOOGHES, L. (2003), "Europe Divided? Elites vs. Public Opinion on European Integration", *Institut für Höhere Studien (IHS)*, Wien, n° 88, pp. 1–26.
- HOOGHE, L.; NELSON, M. (2006) "Party Competition and European Integration in East and West: Different Structure, Same Causality". *Comparative Political Studies* n° 2, 155-175
- KAHN, J.S. (1975), *El concepto de cultura*, 1ª edición, Barcelona, Anagrama.
- LÉVI-STRAUSS, C. (1964), *El pensamiento salvaje*, 1ª edición, México D.F., Fondo de Cultura Económica de España.
- MAEC (2008) *Instrumentos para una Diplomacia Pública Española*. V Conferencia de Embajadores. Diplomacia Pública y Política Exterior, Madrid 8-12 septiembre de 2008.
- MAZAS, L. (2001-2002), "European identity now and in the future", *Council of Europe, Secretary General's Colloquies*.
- MICHELS, E. (2005), *Von der Deutschen Akademie zum Goethe Institut. Sprach- und auswärtige Kulturpolitik 1923-1960*, 1ª edición, Múnich, Oldenbourg.
- MIGUEL ÁNGEL MORATINOS (30 de septiembre de 2008), *Intervención del Ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación ante el Patronato del Instituto Cervantes*, Madrid.
- MOLINA RABADÁN, D.; IGLESIAS ONOFRIO, M., "Noopolitik, Diplomacia Pública y Soft Power en la Sociedad Informacional", *Centro Argentino de Estudios Internacionales*, n° 22.
- MOSTERÍN, J. (1993), *Filosofía de la cultura*, 1ª edición, Madrid, Alianza Editorial.
- MOSTERÍN, J (2009): *La cultura humana*. 1 º edición, Espasa Calpe, Madrid.
- NOYA, J. (2002), *La imagen de España en el exterior*, Madrid, Instituto Real Elcano.
- NYE, J. (2004) *Soft Power: The means to success in world politics*, 1ª edición, Nueva York, Public Affairs.
- OTERO ROTH, J., "La nueva diplomacia cultural China", *Instituto Real Elcano*, 103/2007, 2007.
- RADIO WEB EUROPE (Consultado el 7 de septiembre de 2009), "Role of the EU in the World", *Radio Web Europe*, (en línea: <http://www.radiowebeurope.eu/uk/debate/?debtit=Role-Eu-World&id=6>).

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2008), *Diccionario de la lengua española*, 1 tomo, 22ª edición, Madrid, Real Academia Española.

RUIZ JIMÉNEZ, A. (2003), "¿Y tú de quién eres? Identidad europea y lealtad a la nación", *CPA Estudios UNED*, nº 3.

SANAHUJA, J.A. (2008) "¿Un mundo unipolar, multipolar o apolar? La naturaleza y la distribución del poder en la Sociedad Internacional?" *Cursos de derecho internacional y relaciones internacionales de Vitoria-Gasteiz 2007*. Bilbao, Universidad del País Vasco, pp. 293-379.

SANTACREU, O.; ALBERT, M.C. (2004), "Las dimensiones de la identidad europea", *Pioneer Working Paper*, nº 8, pp. 1-43.

SAUSSURE, F. de (2002), *Curso de Lingüística General*, 1ª edición, Buenos Aires, Losada.

SIEBERT, L. (1941), "Mittelpunkt deutscher Geistespflege", *Volk und Welt*, pp. 8-11.

SMITH, A.D. (1993), "A Europe of Nations — or the Nation of Europe?", *Journal of Peace Research*, nº 2, pp. 129-135.

STEINER, G. (2005), *La idea de Europa*, 1ª edición, Madrid, Siruela.

THOMPSON, J.B. (2002), *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, 2ª edición, México, Universidad Autónoma Metropolitana.

TOURAINÉ, A. (2003), *Sociology without societies*, 1ª edición, Londres, Current Sociology.

UNESCO (1986), "Declaración de México sobre las políticas culturales", *Unesco*, 26 de julio - 2 agosto.

VV.AA (1959), "Cultural Diplomacy", *International Educational Exchange Service, Bureau of International Cultural Relations, U.S Department of State*.

VV.AA (2006) Singapore: "An Asian Tourism hub", *Travel Daily News*, 17-06-2006

## Bibliografía complementaria

- CHABOD, F. (1992), *Historia de la idea de Europa*, 1ª edición, Madrid, Edersa.
- COWAN J.; CULL, N. (2008), "Public Diplomacy in a Changing World", *the Annals of the American Academy*, n° 616, pp. 6–8.
- DÍEZ DEL CORRAL, L. (1974), *El rapto de Europa*, 1ª edición, Madrid, Alianza Editorial.
- ELLMEIER, A.; RÁSKY, B. (1997), *Kulturpolitik in Europa — Europäische Kulturpolitik?: Von nationalstaatlichen und transnationalen Konzeptionen*, 1ª edición, Viena, HLuHB Darmstadt.
- GASTEYGER, K. (2005), *Europa zwischen Spaltung und Einigung*, 1ª edición, Bonn, Bundeszentrale für Politische Bildung.
- GORDON, C. (2008), "Culture and the European Union in a Global Context", *The Journal of Arts Management, Law and Society*, n° 37, pp. 11–29.
- ILGEN, T.L. (2006), *Hard Power, Soft Power and the Future of Transatlantic Relations*, 2ª edición, Reino Unido, Ashgate.
- LÖNNROT, E. (2004) *Kalevala*, 1ª edición, Madrid, Alianza
- LITTOZ-MONNET, A. (2007), *The European Union and Culture: Between economic regulation and European cultural policy*, Manchester, Manchester University Press.
- METZE-MANGOLD, V. (2008), "Das UNESCO-Übereinkommen zur kulturellen Vielfalt: Die Magna Charta der internationalen Kulturpolitik und ihre Umsetzung in Europa", *Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln*, n° 246, pp. 5–16.
- MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y COOPERACIÓN, "La identidad europea: unidad en la diversidad", *Seminarios y Jornadas*, n° 36, 2006 tomo, pp. 1–77.
- MOKRE, M. (2007), "European Cultural Policies and European Democracy", *The Journal of Arts Management, Law and Society*, n° 37, pp. 31–47.
- NYE, J.S. (2008), "Public Diplomacy and Soft Power", *The Annals of the American Academy*, n° 616, pp. 95–109.
- ROSE, R. (2007), "Political Communication among EU Citizens: Language, the Internet and Soft Power", *Studies in Public Policy*, n° 422, pp. 3–31.
- SCHWENCKE, O. (2007), "Zur Einführung: kleine Geschichte der Kulturpolitik in Europa", *Jahrbuch für Kulturpolitik*, n° 7, pp. 17–31.

SCHWENCKE, O. (2009), *Das Europa der Kulturen — Kulturpolitik in Europa: Dokumente, Analyses und Perspektiven — von den Anfängen bis zur Gegenwart*, 14<sup>a</sup> edición, Essen, Klartext Verlag.

SECRETARÍA DE ESTADO DE RELACIONES EXTERIORES DE MÉXICO (2004), *Industrias culturales y desarrollo sustentable*, 1<sup>a</sup> edición, México, Conaculta.

SNOW, N. (2008), "International Exchanges and the U.S. Image", *The Annals of the American Academy*, n° 616, pp. 199–222.

VAN HAM, P. (2009), "Place branding: The State of the Art", *The Annals of the American Academy*, n° 616, pp. 126–149.

VARBANOVA, L. (2007), "The European Union Enlargement Process: Culture in between National Policies and European Priorities", *The Journal of Arts Management, Law and Society*, n° 37, pp. 48–64.

WANG, Y. (2008), "Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power", *The Annals of the American Academy*, n° 616, pp. 257–273.

WEBER, A. (1969), *Historia de la Cultura*, 1<sup>a</sup> edición, México, Fondo de Cultura Económica.

WILSON, E.J. (2008), "Hard Power, Soft Power, Smart Power", *The Annals of the American Academy*, n° 216, pp. 111–124.